العولمة وثقافة الاستهلاك
دراسة ميدانية فى قرية مصرية

تأليف

أ.د محمد ياسر شبل الخواجة

أستاذ ورئيس قسم علم الإجتماع

كلية الآداب - جامعة طنطا

٢٠٠٩

دار ومكتبة الاسراء

للطبع والنشر والتوزيع

العولمة وثقافة الاستهلاك
دراسة ميدانية فى قرية مصرية

تأليف

أ.د محمد ياسر شبل الخواجة

أستاذ ورئيس قسم علم الاجتماع

كلية الآداب – جامعة طنطا

٢٠٠٩

دار ومكتبة الإسراء

للطبع والنشر والتوزيع

الطبعة الأولى
٢٠٠٩
رقم الايداع: ٢٥١١

الخواجة & محمد ياسر
العولمة و ثقافة الاستهلاك
ط.١ – طنطا – دار ومكتبة الاسراء ؛ ٢٠٠٩
؛٩٦ص ؛ ٢٤سم
ترقيم دولى : ١-٠٠٥-٤٣٤-٩٧٧
١ – التنمية الاجتماعية
أ – العنوان ٣٠١,٢

تمت الفهرسة بمعرفة إدارة الشئون الفنية - دار الكتب المصرية

دار و مكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع
طنطا : ٦٢ ش الويشى – خلف صيدناوى
ت : ٠٤٠٣٣٤٥٩٦٨ م : ٠١٢٧٧٤٧٢٣٤
فاكس :٠٤٠٣٣٤٩٠٤٧

Email : dar_elesraa_publ@yahoo.com

١- مقدمة الدراسة:

١/١ – تمهيد:

العولمة ظاهرة كونية طاغية لا مرد لها، تمتلك قدرة كبيرة على اختراق الحدود والوصول إلى كافة المجتمعات وتوجيهها بآلية الاقتصاد المعولم، حيث إن العولمة هى مرحلة حاسمة فى مراحل تطور النظام العالمى تختلف نوعيا عن المراحل السابقة لهذا النظام، وتظهر تحليلاتها الأساسية فى عولمة الانتاج، والتبادل والاستهلاك، والاعتماد المتبادل بين أقطار العالم، ومن ثم فإن العولمة تخلق كما يقول بومان Bauman – عالما أكثر تجانساً تسوده ثقافة استهلاكية عامة (١) وباعتبار أن العولمة فى مجملها دعوة إلى مزيد من الانفتاح الاقتصادى وتبنى نظام السوق، وتحكم الفكر الرأسمالى – الذى شهد انتصارات عدة على مستوى العالم على المناخ العالمى ليكون رأسمالياً باضطراد.

فقد صاحب تعميم المنظومة الرأسمالية العالمية على دول العالم اجمع تعميم نمط انتاجى واستهلاكى واحد على مستوى السوق الكونية ونشر ثقافة إعلامية سمعية وبصرية استطاعت أن تصنع الذوق الاستهلاكى لنوع معين من المعارف والسلع والبضائع شكلت فى مجملها ثقافة عالمية بحيث لم تدع لأى مجتمع مجالاً للعزلة أو الانكفاء على الذات.

وإدراكا لخطر هذه الثقافة العالمية كان انتقاء أحد مظاهرها وهى الثقافة الاستهلاكية التى أصبحت حقيقة تميز عالمنا المعاصر، حيث أصبح الاستهلاك هو أكثر المظاهر عمومية، فقد تغلغل فى كل جانب من جوانب الحياة بحيث أصبح الإنسان يستهلك فى كل وقت فى إنتاجه، وفكره، فى نومه ويقظته لدرجة أن الاستهلاك قد خلق ثقافته الخاصة به فى كل المجتمعات النامية والمتقدمة على حد سواء، ولقد قام الفهم الاجتماعى لظاهرة العولمة على نظرة شمولية تدرك العولمة فى جوانبها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية، وبالتالى فالعولمة ليست ظاهرة اقتصادية خالصة وليست حيادية تماماً، ومن ثم فإن كل مجتمع يجب أن يدرك فى البداية كيف يلحق بركب العولمة – طالما أنها أصبحت واقعاً حقيقياً – بأقل ضرر ممكن، وذلك بتفادى مساوئها، وتعظيم فوائدها وتحويل آثارها السلبية لمصلحة المجتمع.

هذا وقد صاحب ظهور مرحلة العولمة سيل منقطع من الأحاديث والمقالات والمناقشات عبر وسائل الاتصال المختلفة، وعقدت مؤتمرات وندوات وورش عمل، لتحليل هذه الظاهرة من كافة جوانبها وأبعادها وآثارها المختلفة[٢].

ويناقش هذا البحث أحد جوانبها الهامة، وهو كيف تؤثر ظاهرة العولمة على نشر ثقافة استهلاكية عامة. ولمعالجة قضية البحث سوف نعرض للنقاط التالية:

مفهوم العولمة:

اعتبرت العولمة **Globalization** من أعقد المفهومات فى العلوم الاجتماعية إذ أنها تنطوى على أبعاد معقده ومتشابكة فضلاً عن تعدد تعريفاتها وتنوع مظاهرها والتى تتأثر أساساً بانحيازات الباحثين الأيدولوجية، واتجاهاتهم إزاء العولمة رفضاً أو قبولاً.

وتعرف العولمة عموما باعتبارها تشكيل ملامح العالم كله بوصفه موقعاً جغرافياً واحداً، وظهوراً لحالة إنسانية عالمية واحدة[٣]. كما اعتبرها أحد الباحثين حقبة التحول الرأسمالى العميق للإنسانية جمعاء فى ظل هيمنة دول المركز وبقيادتها وتحت سيطرتها وفى ظل سيادة نظام عالمى للتبادل غير المتكافئ. وبهذا المعنى هى رسملة العالم على مستوى العمق بعد أن كانت رسملته على مستوى سطح النمط ومظاهره قد تمت [٤].

ويتطابق مفهوم العولمة لدى " اسماعيل صبرى عبد الله " مع مفهوم الكوكبة الرأسمالية فى مرحلة ما بعد الامبريالية حيث

تتداخل أمور الاقتصاد، والاجتماع، والسياسة والثقافة والسلوك دون اعتداد يذكر بالحدود السياسية للدول ذات السيادة أو الانتماء إلى وطن محدد أو لدولة معينة ودون حاجة إلى إجراءات حكومية (٥).

أى أن العولمة فى مجملها عملية متفاعلة كما هى رؤية ونظرة تنعكسان على قرارات تؤثر فى حياة وحظوظ دول وأفراد وجماعات من وجهة النظر الاقتصادية، لكن من الصعب تحديد مظهر معين للعولمة فهى تتخذ مظاهر عدة، وكذلك من الصعب إرجاعها إلى عامل واحد بعينه فهناك غير عامل له دور فيها ليس هذا فحسب بل إن الأسباب والنتائج تختلط بمعنى أن النتيجة تعتبر سبباً لمزيد من العولمة، والسبب يعتبر مظهراً آخر من مظاهر العولمة(٦).

غير أن هناك باحثا آخر يرى أن صياغة تعريف شامل للعولمة لابد أن يضع فى اعتباره ثلاث عمليات هامة تكشف عن جوهرها:

العملية الأولى : تتعلق بانتشار المعلومات بحيث تصبح مشاعة لدى جميع الناس.

العملية الثانية : تتعلق بتذويب الحدود بين الدول.

والعملية الثالثة: وتتصل بزيـــادة معـــدلات التـــشابه بـــين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات.

وكل هذه العمليات قد نؤدى إلى نتائج سلبية بالنسب إلى بعض المجتمعات، وإلى نتائج إيجابية بالنسبة إلى بعضها الآخر وعلى هذا فإن جوهر عملية العولمة يتمثل فى سهولة حركـــة الناس والمعلومات، والسلع بين الدول على النطاق الكونى [٧]، وفى ضوء هذه الأبعاد الأساسية للعولمة فإننا نعرف العولمـــة فى هذه الدراسة بأنها " عملية الانـــدماج فـــى إطـــار الـــسوق الرأسمالى العالمى، وإذابة الحدود والموانع بين الـــدول عبـــر حرية التجارة، وتدفق رؤوس الأموال، وانتقال التكنولوجيـــا ، وانتشار شبكات الاتصال، والهيمنة الثقافية على نحو يؤدى إلى سهولة حركة الناس، والمعلومات والسلع والأموال بين الـــدول على النطاق الكونى.

٢- مفهوم ثقافة الاستهلاك Cosumer Culture

يعرف الاستهلاك من الناحية الاقتصادية " بأنه تدمير أو هلاك السلع والخدمة المنتجة وذلك عن طريق الاستعمال، ويتم هذا الهلاك بعد الحصول أو انقضاء وقت جصول المـــستهلكين عليها أو امتلاكها[٨]. وهذا يعنى أن الاستهلاك هـــو الغـــرض النهائى للنشاط الاقتصادى فى سائر المجتمعـــات الإنـــسانية أو كما وصفه آدم سميث بأنه الهدف الوحيد للإنتاج [٩] .

وعلى هذا يقصد بالاستهلاك " أنه استخدام السلع والخدمات بقصد إشباع الحاجات الاجتماعية، والبيولوجية والثقافية، لكن هذا الاستخدام يختلف من وقت إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى.

أما مفهوم ثقافة الاستهلاك فقد ظهر – كما يقول فيزرستون – فى بداية القرن العشرين من خلال تشجيع كميات ضخمة من استهلاك الصور Consumption ofimages ، فيرى أن هناك ثلاث منظورات أساسية فى تحديد ثقافة الاستهلاك وهى :

المنظور الأول : يرى أنها نجمت عن انتشار سلع الانتاج الرأسمالى التى أدت إلى تراكم الثقافة المادية فى شكل سلع وخدمات استهلاكية.

المنظور الثانى : يرى أن تحقيق الإشباع من السلع الاستهلاكية يرتبط بالمكانات الاجتماعية أو التمييزات الاجتماعية.

المنظور الثالث : يتركز حول تحقيق السعادة العاطفية والجمالية من خلال عملية الاستهلاك (١٠).

وهذا يعنى أن للثقافة الاستهلاكية جوانب مادية تتمثل فى الاستهلاك المادى للسلع كما أن لها جوانبها المعنوية التى

تتصل بالمعانى والرموز والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك المادية وعلى هذا نعرف ثقافة الاستهلاك باعتبارها " مجموع المعانى والرموز والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك بدءا من تبلور الرغبة الاستهلاكية ، مروراً بالاستهلاك الفعلى وانتهاء بما بعد عملية الاستهلاك [١١] كما تظهر فى الصور المرتبطة بسلع معينة لها مكانة خاصة فى أذهان الناس.

٣/١ – الدراسات السابقة

إن محاولة الحصول على دراسات نظرية أو ميدانية اهتمت بمعالجة أثر ظاهرة العولمة على نشر ثقافة الاستهلاك تبدو عملية عسيرة للغاية فى ظل غياب الدراسات السابقة حول هذا الموضوع، فالباحث لم يأل جهداً فى سبيل الحصول على دراسات سابقة حول موضوع بحثه، ولكنه لم يهتد إلا على النذر القليل لمثل تلك الدراسات، وعلى الرغم من هذه الندرة فإنه من الأهمية عرض بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث الحالى سواء تلك الدراسات التى أجريت فى مجتمعات أجنبية أو التى أجريت فى المجتمعات العربية، ولنبدأ بالدراسات الأجنبية فقد اهتمت دراسة(Robertson and lenchener , 1985) [١٢] حول التحديث والعولمة والمشكلة الثقافية فى نظرية النسق العالمى، والتى اكدت على عمومية ثقافة الاستهلاك باعتبارها انعكاساً للتغيرات الاقتصادية والبنائية التى

شهدتها المجتمعات الرأسمالية ا لمتقدمة، ثم ما لبث أن انتشرت فى باقى العالم بأسره، فلقد نجحت الصناعة الحديثة فى تحطيم الأسس التقليدية للإنتاج والتوزيع، كما نجحت الشركات المتعددة الجنسيات – التى تتحكم فيها الطبقة البرجوازية – فى أن تفرض هيمنتها الإنتاجية والتوزيعية فى أماكن كثيرة من العالم بحيث وصل تأثيرها إلى أبعد القرى فى العالم، وبذلك فإن الشركات المتعددة الجنسية إذا كانت تؤثر سلباً على الإنتاج المحلى وتدمره، فإن لها تأثير أشد خطورة فى تدمير الثقافات المحلية.

أما دراسة Epitropoulos et al. 1994 [١٣]. عن أسلوب الحياة وثقافة الاستهلاك فى المجتمع الهامشى، فقد أوضحت أن النظريات الثقافية الامبريالية، والنظريات التى تدور حول الثقافة العالمية ركزت مناقشتها على التأثير الغربى والثقافة الأمريكية على الثقافة فى المجتمعات الهامشية. وقد اهتمت الدراسة بفحص ثقافة الشباب اليونانى فى إطار ثقافة المجتمع ككل باستخدام أسلوب المقابلات وإجراء الملاحظة بالمشاركة فى كلا المجتمعين الريفى والحضرى. ومحاولة تفسير العلاقات التفاعلية بين ا لمنتجات الثقافية (الموضوعات الثقافية التى صنعها الإنسان للتوافق مع البيئة) الغربية المستوردة، وسياقات المغنى المحلية، وقد استخلصت الدراسة

أن ثقافة الشباب اليونانى تتمركز حول عــدد مــن المنتجــات الثقافية الغربية السطحية، ومع ذلك فإن هذه المنتجات الثقافية تتمثل فى استدماج الرموز الثقافية المحلية والغربية معاً ، حيث أن الرموز، والمعانى ، والصور التى تحملهــا إلينــا الثقافــة الاستهلاكية الغربية تخضع دائماً للتأويل والتعديل فــى إطــار الثقافة المحلية.

وفى دراسة قام بها Firat, A. 1995 [١٤]. عن ثقافــة الاستهلاك أم استهلاك الثقافــة بينــت الدراســة أن الظــاهرة الاقتصادية والاجتماعية للعولمة لها أثر هــام وخطيــر علــى عمليتى الثقافة والمعنى، وقد قدمت صناعة الــسياحة كمثــال لكيفية بقاء الثقافة من خلال عملية التسوق السلعى، وقد بينت الدراسة أن منظور ما بعد الحداثة post – Modernity الذى يبرز الثقافة الاستهلاكية الرأسمالية الغربية باعتبارها الخيــار الوحيد القادر على إشباع الحاجات الثقافية للشعوب، يقدم فهماً أفضل لتغير البناء التاريخى للهويات الثقافية.

فى حين اهتمت الدراسة التى قام بها Featherstone, M., 1983 [١٥] بتحديد الخصائص المعاصــرة لثقافــة الاســتهلاك وبينــت الدراســة أن هــذه الثقافــة متــشابهة أو متماثلــة identified حقيقة رغم أن الناس يختلفون فــى مــستواهم الاجتماعى والاقتصادى ويختلفون أيضاً فى ميــولهم وأنمــاط

استهلاكهم ولكنهم جميعاً يستهلكون السلع، بحيث يمكن القول أن الاستهلاك وثقافته أصبحتا من أكثر العناصر التى تربط الناس جميعا.

وأن فكرة النزعة الاستهلاكية Consumerism تمثل أقوى الدوافع الاجتماعية الهامة حيث أصبح الاستهلاك هدفاً فى حد ذاته وأصبح يسيطر على كل تصرفات وسلوك الأفراد تجاه السلع وطرق إشباع رغباتهم منها، وقد ارجعت الدراسة انتشار ثقافة الاستهلاك إلى الدور الذى لعبته وسائل الاتصال الجماهيرى.

وفى دراسة قام بها Taschner, G., 1994 [١٦] " حول التماثل المركب لما بعد الحداثة" ، فقد أثارت الدراسة تساؤلات تتعلق بعمليات الثقافة المشتملة على ما بعد الحداثة وأثرها المحتمل على دول العالم الثالث، وقد أثيرت هذه التساؤلات حينما اجريت مقارنات عن حماية المستهلك وتطور النزعة الاستهلاكية فى كل من الولايات المتحدة، ودول غرب اوربا والبرازيل وقد أوضحت الدراسة أن حالة البرازيل ترتبط داخلياً بنموذج الولايات المتحدة، ثم أشارت إلى أن قضية حماية المستهلك كمجال مستقل للدراسة والبحث محدودة للغاية على الرغم من ظهورها فى العقود الأخيرة للحرب العالمية الأولى وانتشرت فيما بعد فى الدول الأخرى من خلال الموجات

الثقافية، وفى دراسة قـام بهـا Choe, S., et al 1993 [١٧] عن الاتصال الثقافى والمستهلكين العرقيين وأنماط الاستهلاك الغذائى من جماعات عرقية متنوع : وقد طبقت هذه الدراسة على (٢١٩) حالة من المهاجرين الكوريين إلى مدينتى دلاس وتكساس لتفسير أثر عملية التثاقف على السلوك الاستهلاكى بينت الدراسة أن المهاجرين الكوريين لـم يتنـاولوا الأطعمة الأمريكية خلال المراحل الأولى للتبادل الثقافى لكن مع مراحل التداخل الثقافى فقد أقدم المهاجرون الكوريـون علـى تنـاول الأطعمة الأمريكية. كما أظهرت الدراسة أن سيطرة الثقافة الاستهلاكية على المجتمعات الرأسمالية خلقت نمطاً جديداً من الشخصية التى تنجذب نحو الاهتمام بالمظهر الخارجى أكثر من الاهتمام بأى شئ آخر.

كما أن هناك بعض الدراسات التى ركزت على جوانب ومظاهر وأبعاد ظاهرة العولمة وأخرى اجريت حول ثقافة الاستهلاك بشكل أساسى، ومن الدراسات التـى ركـزت علـى العولمة بأبعادها المتعددة دراسة قام بها كل من هـانس بيتر مارتن، وهارولد شـومان، ١٩٩٨ [١٨] تحت عنـوان " فـخ العولمة " والتى انتقدت الآراء التى يروجها منظـرو العولمـة باعتبارها من الحتميات التى لا مفر منهـا أو أنهـا أدت إلـى انصهار مختلف الاقتصاديات القروية والوطنية والإقليمية فـى

اقتصاد عالمى موحد بحيث غدا العالم قرية كونيـة متـشابهة، ورغم صحة ذلك إلى حد ما فإن هذه الآراء متطرفة تماماً حيث أن العولمة ما هى إلا نتيجة خلقتها سياسـات معينـة بـإرادة الحكومات الوطنية التى وافقت على تطبيق السياسات الليبرالية الجديدة، كما أنه من الصعب الحديث عن اقتصاد عالمى موحد حيث أن الجزء الأعظم من العالم يتحول إلـى جـزر منفـصلة ومتباعدة وإلى عالم بؤس وفاقه، حيث أوضحت الدراسة أنـه مع نمو العولمة يزداد تركز الثروة وتتسع الفروق بين البـشر والدول اتساعاً لا مثيل لـه فهنـاك (٢٠%) مـن دول العـالم تستحوذ على (٨٥%) من النـاتج العـالمى ويمتلـك سـكانها (٨٥%) من مجموع المدخرات العالمية وهذا التفـاوت القـائم بين الدول يوازيه تفاوت آخر داخل كلل دولـة وأخيـراً بينـت الدراسة أن نمو ديمقراطية العولمة التى تنحاز بـشكل مطلـق للأغنياء هو المسئول عن كثير من التوترات الاجتماعية مثـل تهميش الفئات المستضعفة، ونمو الجريمة، والعنف، وانتـشار المخدرات ... الخ.

ومن الدراسات التى ركـزت علـى الاسـتهلاك بـشكل أساس، دراسة Warde, A. 1990 [١٩] " حول سوسيولوجيا الاستهلاك " والتى ألقت الضوء علـى مـدى اهتمـام علمـاء الاجتماع المتنامى بالاستهلاك ويرجع هذا الاهتمام علـى عـدة

عوامل هي العوامل البحثية، والاقتصادية، والسياسية والاجتماعية، كما أرجعت الدراسة مختلف التفسيرات للنزعة الاستهلاكية إلى تطور التذوق، والسعى وراء تحقيق المكانة، وتحقيق الاشباع الذاتى، كما بحثت الدراسة العلاقات الاجتماعية المتضمنة فى الإنتاج، والتوزيع ، واستهلاك البضائع والخدمات فى إطار السياق الاجتماعى الذى تحدث فيه والقواعد الاجتماعية التى تنظمه.

ونتيجة لاهتمام علماء الاجتماع بدراسة الاستهلاك، فقد قام Holton, B., 1988 [٢٠] بإلقاء الضوء على المؤتمر الدولى الأول عن سوسيولجيا الاستهلاك " والذى عقد فى أوسلو فى يناير عام ١٩٨٨ وأوضح أن اتجاهات البحوث والدراسات التى نوقشت فى هذا المؤتمر قد لخصت باختصار انه من الضرورى المطالبة بتوسيع مجال سوسيولوجيا الاستهلاك وإنها جزء هام جداً لما بعد الحداثة ولما بعد التصورات البنائية فى الوقت الحالى كما بين أن هذا المؤتمر لم يكن مجرد محاولة لتأسيس مجال مستقل لعلم اجتماع الاستهلاك بقدر ما هو محاولة للفت الانتباه على عدد هائل من دراسة المشكلات الامبريقية والتحليلية المتضمنة فى موضوع الاستهلاك.

وإذا انتقلنا على الدراسات التى اهتمت بالعولمة وثقافة الاستهلاك على المستوى العربى فنجد بعض الدراسات التى لها صلة مباشرة أو صلة غير مباشرة بموضوع البحث ومن هذه الدراسات دراسة سليمان خلف ١٩٩٨ [٢١]. " عن العولمة والهوية الثقافية "، وتدور هذه الدراسة حول استخدام العولمة كتصور نظرى جديد لفهم العديد من التحولات الاقتصادية والاجتماعية وبخاصة الظواهر الثقافية المشكلة حالياً فى مجتمعات الخليج العربى والمتصلة بموضوع الهوية، كما اهتمت الدراسة بتشخيص ووصف تحليلى لطبيعة القوى العالمية والمحلية الفاعلة فى تكوين الهوية الثقافية لأبناء هذا المجتمع، وقد أوضحت الدراسة من خلال بعض الأمثلة الأثنوجرافية لبعض ملامح تخطيط المدن الخليجية الحديثة، وبعض مظاهر الحياة الحضرية فيها وظاهرة تعدد أنماط الخطاب وتنوعها فى الحياة اليومية وظاهرة إحياء التراث وغيرها وخصوصية الدول النفطية وانسيابات الثقافة العالمية وانعكاساتها على آراء ومواقف الناس، عن مظاهر الشد والجذب وصور التفاعل والتقارب بين عمليات التجانس الثقافى العالمى والتنوع الثقافى الذى تحركه قوى وتيارات ومواقف محلية، وقد استخلصت الدراسة عن إمكانية استخدام العولمة كإطار نظرى عام وملاءمته فى تفسير كثير من الظواهر

والعمليات التى تدور حول قضايا الهوية الثقافية وإشكالياتها فى مجتمعات الخليج المعاصرة.

فى حين تذهب دراسة عدنان سليمان ١٩٩٨ [٢٢]، والتى تدور حول تداعيات العولمة على المجتمع العربى بشكل عام ومفرزاتها على الواقع التنموى والثقافى بشكل خاص، انطلاقا من أن العولمة كظاهرة متنامية تملك نزوعية الهيمنة والاستبداد والاحتكار على البلدان الفقيرة والنامية وبالتالى لا يمكن الوقوف منها موقف الرفض المطلق أو القبول والانبهار وإنما يجب الوعى بتداعياتها السلبية وإخضاع نزعاتها الثقافية لمعايير الحماية الوطنية. حيث أن ذلك يمثل ضرورة حيوية خشية الوقوع ضحية لتداعياتها السلبية والرضوخ لها. وتؤكد الدراسة أن العولمة كمنظومة كونية تنطوى فى تجلياتها على تمايز وتفرد وتكريس الاختلاف وتعميق الفوارق بين الدول وداخلها أيضا، أما حجم الآثار السلبية التى تولدها العولمة فى المجتمعات العربية فيرتبط بضآلة مساهمة هذه المجتمعات والأفراد فى المؤشرات التنموية والإنتاجية العالمية، كما بينت الدراسة تعرض الانتماء والهوية الثقافية العربية للخطر والانحلال فى ظل سياق التدفقات الإعلامية الاستهلاكية المحكومة بثقافة الإنتاج والاستهلاك الغربيين، والهيمنة على وسائل الاتصال الجماهيرى حيث تنفرد أربع وكالات غربية

(اثنان امريكيتان، وواحدة بريطانية والرابعة فرنسية بالسيطرة على (٨٠%) من حجم التدفق الإعلامي العالمي، وتتركز المهمة الرئيسية للإعلام الغربي وتحديداً الأمريكي في صياغة القيم بواسطة الإعلام وتعميمها في تمرير صورة القيم الأمريكية والغربية وهذا أدى إلى تمزيق النسيج الاجتماعي داخل الدول العربية. ومع ذلك فإنه يرى أن العولمة الرأسمالية ليست شراً محضاً ولكنها قد تنضوى على ذلك القدر الكبير من الشر في ظل انعدام الفاعلية التاريخية والقدرة على التقدم وفقاً لاحتياجات التطور التاريخي.

كما قدم أحمد زايد وآخرون ، ١٩٩١ [٢٣] دراسة عن "الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته" ، وتدور هذه الدراسة حول فرضية أساسية " أن الثقافة الاستهلاكية لا تأخذ صيغاً ثابتة في كل المجتمعات وإنما تنصهر مع التراث التقليدي المحلي وتتفاعل هذه الخصوصية في ضوء الإطار البنائي العام الذي تحدث فيه هذه العملية " وفي إطار هذه الفرضية العامة استهدفت الدراسة التعرف على أنماط الاستهلاك الأسري وموجهاتها الاستهلاكية نجحت مع ارتفاع الدخول في المجتمع القطري في اختراق البنية التقليدية له فلم تفرض عليها أشكالاً جديدة من الإنفاق فحسب: بل فرضت عليها بنوداً جديدة أيضاً. كما بينت الدراسة أن الاستهلاك المادي قد لا يرمي إلى

الاستهلاك فى حد ذاته أو إلى إشباع حاجة مادية ملحة، بل إنه يرتبط بجوانب معنوية حيث يرتبط استهلاك سلع بعينها أو الاستفادة فى خدمة معينة برموز المكانة الاجتماعية ، كما تستخلص الدراسة إلى أن تسرب النزعة الاستهلاكية إلى أعضاء الأسر وزيادة اتجاهاتهم نحو العملية الشرائية ليرد إلى الظروف البنائية التاريخية التى ترتبط بتطور النظام الرأسمالى العامى، وتطور نظم الإنتاج والثقافة داخله.

بجانب دراسة أحمد عن الاستهلاك فى المجتمع القطرى هناك دراسة أخرى عن " الثقافة العامة والنزعة الاستهلاكية فى الأحياء الحضرية الفقيرة" (١٩٨٧) (٢٤)، حيث أكدت الدراسة أن النزعة الاستهلاكية تؤدى إلى شعور الفئات الفقيرة والمحرومة يعجزها وعدم قدرتها الأمر الذى يدفعها إلى الشعور بعدم وجودها ، ويساهم المستهلكون المترفون من الطبقات الأخرى فى تدعيم هذا الشعور، كما استخلصت الدراسة أن الثقافة الاستهلاكية تخلق بعض مظاهر التوتر التى أشارت الدراسة إلى بعضها، ومن هذه التوترات الخلافات بين الزوج والزوجة نتيجة عدم قدرة الزوج على شراء أشياء اشتراها آخرون، والتوترات بين الآباء حول الملبس والمقتنيات المختلفة، أى أن الثقافة الاستهلاكية تخلق موضوعاتها داخل خطاب الحياة اليومية كما أنها تؤدى إلى

توترات داخل هذا الخطاب، ومن هنا فإنها تتحول إلى عبء على كاهل الطبقات الدنيا والوسطى وتمثل مصدراً للضغط على حياتهم.

وبهذا يتبين لنا من خلا لاستعراض تلك الدراسات العالمية والمحلية عن العولمة وثقافة الاستهلاك وجود محاولات جادة لدراسة هذه الظاهرة فى مجتمعات عديدة متنوعة فضلاً عن المجتمعات العربية، وإن كان أغلب هذه الدراسات نظرية بحتة ولكن الدراسات الأجنبية التى أجريت على نفس الظاهرة فى مجتمعات أخرى توضح لنا إلى أن هناك متغيرات متعددة وأبعاد كثيرة يتعين أخذها فى الاعتبار عند دراسة ثقافة الاستهلاك فى المجتمعات العربية، وبإمكاننا أن نرصد مجموعة الملاحظات التالية بعد استقراء مجموعة الدراسات والبحوث السابقة عن العولمة وثقافة الاستهلاك.

(١) إن العولمة أصبحت حقيقة كونية متنامية تمتلك قدرة فائقة على اختراق الحدود والوصول إلى مجتمعات العالم كله وتوجيهها بآلية الاقتصاد المعولم، وأن تأثيرها لا يقف عند إقرار ما يسمى بعملية تجانس ثقافى عالمى يتجلى فى نشر ثقافة استهلاكية عالمية، لا بل أنها تحدث فى الوقت ذاته عمليات متوازية لعملية

التجانس الثقافى مثل عمليات التنوع، والتعددية الثقافية تجاه مسارات الثقافة العالمية.

(٢) أن العولمة الرأسمالية جعلت من سياسة الانفتاح على الأسواق العالمية هى السبيل الوحيد الآن أمام كافة المجتمعات الإنسانية، وبالتالى لا يمكن الوقوف منها موقف الرفض المطلق أو القبول والانبهار وإنما يجب الوعى بتداعياتها السلبية والعواقب الخطيرة إن لم تتجه نحو ديناميات الاجتماعية والثقافية التى تلحق به من جراء ذلك قد تكون باهظة الثمن، وعلى هذا فلابد من التمسك بالحماية الوطنية والتخطيط للاتصال والتفاعل مع العالم للحصول على أكبر قدر من المنفعة وأقل من الضرر وذلك بتفادى مساوئها وتعظيم فوائدها.

(٣) وكما أكدت الدراسات والبحوث السابقة أن ثقافة الاستهلاك أصبحت حقيقة واقعية تنكشف فى سلوك الأفراد والجماعات حيث نجحت وسائل الاتصال الجماهيرى فى تعميم ثقافة الاستهلاك ووقوع الأفراد عرضة لتأثير هذه الثقافة، ولهذا يرى البعض أن ثقافة الاستهلاك إحدى نتائج الهيمنة الثقافية الكونية للعولمة الرأسمالية حيث تم ابتداع أساليب جديدة فى عرض السلع والإعلان عنها جاذبة لقطاعات عريضة من

جماهير المستهلكين لحفزهم على الاستهلاك بصرف النظر عن قدرتهم الاستهلاكية الفعلية.

(٤) إن اهتمام علم الاجتماع بدراسة ظواهر الاستهلاك وثقافته قد تبلور بشكل جدى منذ حقبة الثمانينات من هذا القرن، ولقد جاء الفهم الاجتماعى لها على أساس الاستفادة من التراث العلمى بشكل شمولى متكامل وليس على أساس النظرة الجزئية الضيقة، فهو يدرك الاستهلاك فى جوانبه المادية والمعنوية وفى جوانبه المنظورة وغير المنظورة ووضع ظاهرة الاستهلاك فى إطار سياقها البنائى العام.

(٥) أن انتشار الثقافة الاستهلاكية وتغلغلها فى المجتمعات النامية لا يعمل بمعزل عن العوامل المحركة لهذه الثقافة والدافعة لها. ولا شك أن الإطار الذى تعمل فى إطاره هذه العوامل يرتبطان بالتغيرات البنائية والاقتصادية التى بدأت فى المجتمعات الرأسمالية، والتى قدمت الثقافة الاستهلاكية الرأسمالية باعتبارها الخيار الوحيد القادر على إشباع الحاجات الثقافية للمجتمعات النامية، كما أن انتقال القيم الثقافية الرأسمالية يجلب معه أنماطاً استهلاكية تعبر بالضرورة

عن التقدم الإنسانى أو الحضارى بقدر ما تعكس قيم وعادات الدول الأكثر تقدما.

١ / ٤ – الخلفية النظرية للبحث

إن الفهم السليم لثقافة الاستهلاك يجب أن ينطلق من تصور نظرى جديد لاقى قبولاً بين الباحثين والدارسين فى الآونة الأخيرة، وهو يعتمد على نظرية العولمة Globalization لفهم العديد من التحولات الاجتماعية والاقتصادية وبخاصة الظواهر الثقافية المشكلة حالياً فى المجتمع المصرى، والمتصل بموضوع ثقافة الاستهلاك على وجه الخصوص.

وفى ضوء الواقع الجديد ومتغيراته عبر العالم بدأ كثير من العلماء والباحثين يستخدمون مفهوم العولمة لتفسير الواقع الراهن فى كثير من مجتمعات العالم، وهنا يرى كثير من منظرى العولمة أو الكوننة كما يسميها البعض أنها تتصل اتصالاً وثيقاً بالمتغيرات الحديثة التى تمر بها انمجتمعات الرأسمالية الصناعية وغيرها من المجتمعات الإنسانية، وقد أشار الباحثون إلى أن المجتمعات الرأسمالية الصناعية تمر منذ قرابة ثلاثة عقود بتحولات اقتصادية واجتماعية، وسياسية وثقافية كبيرة ومعقدة للغاية وقد سميت هذه التحولات فى تسميات عدة من بينها مجتمع ما بعد الصناعة كما أطلق عليه

(دانيال بيل)، ومجتمع الموجة الثالثة كما أسماه (الفن توفلر)،، ومجتمع الرأسمالية المتأخرة كما يسميه (أرنست مانديل)، ومجتمع الشركات المتعددة الجنسية كما يرى (ماتلارت) ومجتمع الثقافة العالمية (روبرتسون، وفيزرستون) ومجتمع ما بعد الحداثة كما يسميه (هارفى، وتيرنر)، ومجتمع القرية الكونية كما يسميه (مارشال ماكلوهان)، وبالرغم من تعدد التسميات التى يحاول من خلالها المنظرون استخلاص أبرز ملامح مجتمع العصر وثقافته، فأنهم جميعاً يؤكدون على حقيقة جوهرية مفادها أن هذا المجتمع يشهد تغيرات سريعة وكثيرة فى آثارها وامتدادها بحيث شكلت ولا تزال تشكل ظاهرة الثقافة العالمية وعملية العولمة ككل [٢٥].

وعلى هذا يشير فيزرستون أن تحديد عملية العولمة بالرغم من أنه امتداد للتداخل الثقافى وتوسعة باتجاه خلق مجتمع عالمى واحد إلا أنه من الخطأ تصور أن الثقافة العالمية سوف تؤدى فى نهاية المطاف إلى انحلال سيادة مجتمع الدولة nation-States لأن هناك عمليات تحول نحو التكامل والتشابه من جهة، وعمليات مضادة نحو التفكك والتشرذم الثقافى من جهة أخرى [٢٦].

وبينما يرى بعض منظرى العولمة من أمثال إيما نويل والرشتاين وليزل اسكلير، وجامس روزناو، أن ما يقود عملية

العولمة هو الرأسمالية، ويرى ليزلى سكلير أن الشركات متعددة الجنسية هى المظهر الرئيسى للرأسمالية المعاصرة، وقد ميز بين **ثلاث مستويات للممارسات الشركات متعددة الجنسية**:

- المستوى الأول ثقافى، ويتمثل فى النزعة الاستهلاكية العالمية.
- المستوى الثانى اقتصادى ، ويتمثل فى سيطرة الشركات متعددة الجنسية.
- المستوى الثالث سياسى ويتمثل فى سيادة الطبقة الرأسمالية العالمية كما يفسر سكيلر أن الهيمنة العالمية للرأسمالية ليست ببساطة تقوم على أساس القوة العسكرية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات الرأسمالية بل يقوم على الأيديولوجيا الاستهلاكية وذلك من خلال استخدام التقنيات الإعلانية والإعلامية الغربية (٢٧).

غير أن Rosenau,J., يرى أن التكنولوجيا وبخاصة تكنولوجيا الاتصال قد أذابت المسافات الاجتماعية والجغرافية بدرجة كبيرة، ودعمت عملية التبادل غير المتكافئ الذى يقوم على الهيمنة من الدول والثقافات

إلأقوى وإذعان وخضوع من الـدول الأضـعف وهـى دول الأطراف [٢٨].

لكن مما يؤخذ على تفسيرات هؤلاء العلماء أنها توقفت عند حدود العوامل الاقتصادية، وأنهم نظروا إلى الظـاهرة الثقافية على أنها نتاج للعمليـات الاقتـصادية، وأن هـذا المنظـر يفـسر التحـولات والظـواهر بأحاديـة العامـل (الاقتصادى غالباً) قد أوجب ظهور منظور عـالمى جديـد لديه القدرة على تفسير قـضايا أخـرى متنوعـة تتعـدى العوامل والمجالات الاقتـصادية حيـث يـرى روبرتـسون Robertson إلى أن العولمة تتشكل فى أطر ثقافية تتمثـل فى عمليات موضوعية وأخـرى معنويـة، ولهـذا يعـرف العولمة بوصفها مفهوماً يشير إلى شيئين معاً فـى وقـت واحد ، انكماش العالم، وازدياد الوعى بالعالم ككل.

كما أكد روبرتسون أن العولمة ليست بالضرورة شـيئاً حسناً أو سيئاً، كما أنه يرى أن العالم لم يصبح مكاناً أكثـر تناغماً وأكثر اندماجاً نتيجة العولمة، ولكنـه أصـبح أكثـر اتحاداً وأكثر تنظيماً، وبالتالى فإن ما يحدث فى أى جزء من أجزاء العالم لابد وأن يؤثر على باقى الأجزاء الأخرى مـن العالم وعلى هذا فإن روبر تـسون يؤكـد علـى الحقـائق التالية:

١-أن العالم يتجه بسرعة نحو العولمة لدرجة أنها اصبحت حقيقة واقعية.

٢-أننا فى حاجة إلى مفاهيم جديدة لتحليل هذه العملية.

٣-أن عملية العولمة عملية ثقافية أساساً ولها نتائج متعددة.

٤-أن للعولمة منطقها الأكثر صرامة [٢٩].

ويرى سمير أمين أن منطق العولمة هو استجابة طبيعيا لمنطق الرأسمالية العالمية فى بلورتها لأولويات استقطاب عالمية جديدة تتوافق مع احتياجات التراكم على الصعيد العالمى، وهذه الأولويات يمكن ادراجها مجدداً فى سياق احتكارات خمسة.

- الاحتكار التكنولوجى.
- الاحتكار المالى.
- احتكار الموارد الطبيعية.
- الاحتكار الإعلامى.
- احتكار وسائل التدمير الشامل. وفى ظل نظام عالمى كهذا يحكمه منطق الهيمنة.

والاحتكار والاستقطاب بين مراكزه وأطرافه ينفرد الجنوب بذلك الدور الخدمى لدول المركز (المواد الأولية، والعمل الرخيص، والسواق، وفرص الاستثمار) لأن منطق الرأسمالى العالمى لا يعترف بجغرافية الدولة القومية ولا بخصوصيتها الثقافية، والنزوع إلى المركزية واحتواء العالم مما يجعل الصراع والاستقطاب الكامن من أهم الخصائص المميزة للرأسمالية العالمية (٣٠).

وعلى هذا فإن منطق العولمة الغربية وبخاصة الأمريكية، ليس التقريب بين الثقافات وليس الحوار مع الآخر على الصعيد الفكرى، وليس تبادل السلع والمنتجات على الصعيد الاقتصادى والتجارى، وليس تبادل المصالح وتحقيق العدالة بين الشعوب على الصعيد السياسى وإنما تهدف إلى فرض الثقافة الغربية وتحويل الثقافات الأخرى إلى اقتصاديات تابعة لا تستطيع تحقيق نموها الذاتى والاعتماد على اقتصاديات الدول الغربية، وتحويل شعوب دول العالم الأخرى إلى نماذج مشوهة من ديمقراطية الغرب خاضعة لهيمنة الدول الغربية وإن حكمت نفسها فإنها فى الواقع تحكم بواسطة النخب التى ترضى عنها الدول الغربية على الصعيد السياسى(٣١).

وبالتالى يتحقق منطق العولمة بسرعة هائلة، فكما يقول " ادوارد لتوك Lutwak" أن انصهار العدد الهائل من

الاقتصاديات القروية، والإقليمية، والوطنية فى اقتصاد عــالمى شمولى واحد يجعل العالم لا مكان فيه للضعفاء والكسالى، بــل يقوده أولئك الذين يقدرون على مواجهة عواصــفه المنافــسه الهوجاء (٣٢).

ومدلول هذا القول هو أن حركة العولمة ستــصارع وأنهــا حتمية وستغمر العالم فى النهاية، وهذا ما جعل أحــد الكتــاب الأمريكيين يزعم أن التاريخ انتهــى لأن التــاريخ كــان دائــم الصراع بين قوتين أو مذهبين، والآن دانت الــسيادة للنظــام الرأسمالى الغربى (٣٣) ومع هذا فإن انتصار الرأسمالية العالمية هذا لا يعنى أبدا نهاية التاريخ التى تحدث عنها فو كوياما فــى عام ١٩٨٩، إنما هو يعنى نهايــة ذلــك المــشروع المــسمى بالحداثة Modernty حيث يوجد الفعل تحول تاريخى بأبعــاد عالمية، لكن لم يعد بالتقدم والرخــاء ، بــل صــار التــدهور الاقتصادى والتدمير البيئى والانحطاط الثقافى أهــم مــا يميــز الخصائص التى تخيم على الحياة اليومية للغالبية العظمى مــن المجتمع البشرى (٣٤) . وبالرغم من أن أصحاب نظرية تــشابه الثقافات يتحدثون الآن عن الأمركة وهيمنة النزعة الاستهلاكية الغربية إلا أن أبــادورى Appadural يــرى أن الاقتــصاد الثقافى العالمى الجديد يمثل اليوم نظاماً متشابكاً معقداً يتــصف فى وقت واحد بالتفكك والانقطاعات بين مكوناتــه وانــسياباته

الجارية عبر العالم، ويجدد أبادورى خمسة أبعاد لانسيابات غير متماثلة للثقافة العالمية وهى:

- **البعد الأول** : مشهد الحراك السكانى الاثنى او العرقى ethno scapes الذى يتم من خلال انسياب الناس بأصولهم الاثنية المختلفة عبر الحدود القومية والثقافات كالسائحين والمهاجرين واللاجئين والعمال وغيرهم.

- **البعد الثانى** : مشهد الإعلام media scapes الذى ينتج الصور والمعلومات والأخبار كالصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما والمعارض.

- **البعد الثالث** : مشهد الانسياب التكنولوجى Techno scapes والذى يتمثل فى حركة نقل التكنولوجيا التى تنتجها اليوم الشركات المتعددة الجنسية ومؤسسات الدولة.

- **البعد الرابع** : مشاهد الحركة المالية Finan scapes التى تتمثل فى حركة النقود والأسهم والأوراق المالية والصيرفة عبر العالم.

- **البعد الخامس** : مشاهد الانتشار الايدولوجى ideo scapes التى تتمثل فى مفاهيم الحرية والديمقراطية

والرعاية وحقوق الإنسان وبعض القيم والأفكار الثقافية الأخرى.

ثم يؤكد أن السمة الرئيسية للثقافة العالمية اليوم تدور حول الشد والجذب بين عمليتى التجانس أو التماثل الثقافى، والتنازع أو التمايز الثقافى حيث أنهما يتصارعان.

وهكذا يتضح أنه إذا كانت نظرية العولمة - كما أوضح التحليل السابق تؤكد هيمنة النزعة الاستهلاكية العالمية فى كل مكان من عالمنا المعاصر على أساس أن التغييرات التى أحدثتها العولمة تخلق عالماً واحداً متجانساً غير أن هذه العملية تواجه من جانب الثقافات المحلية والأثنية تحديات كبيرة وتحاول أن تبحث عن هوية مستقلة داخل العالم، والتمسك بهذه الثقافة والدفاع عن أساليبها الثقافية التى تميزها ضد الثقافة العالمية التى تقودها الرأسمالية العالمية وتحاول فرضها على المجتمعات الإنسانية بكل الوسائل والأساليب المختلفة.

وبالتالى فإن المجتمع المصرى شأنه كل المجتمعات البشرية يتعرض لتأثير هذه الثقافة الاستهلاكية ويتزايد هذا التأثير فى ظل تنامى سياسة الخصخصة والانفتاح الاستهلاكى على السوق العالمى الواضح - فى الآونة الأخيرة - الذى يسير عليه المجتمع المصرى بشكل سريع ومطرد منذ أواخر

حقبة الثمانينات والتسعينات مما كان لـــه أبلـــغ الأثـــر علــى استشراء الثقافة الاستهلاكية بـين معظـم فئـات المجتمـع المصرى بشكل عام والمجتمعات الريفيـة والحـضرية بـشكل خاص.

١ / ٥ قضية البحث وتساؤلاته :

يدور المحور الأساسى الذى ترتكز عليه هذه الدراسـة حول قضية أساسية مفادها أن ثقافة الاستهلاك الجارية حاليـاً عبر المجتمع المصرى لا يمكن فهمهـا كعمليـات او مظـاهر بصورة تحليلية على نحو مرضى بمعزل عن عمليـة العولمـة التى أصبحت حقيقة حياتيه معيشية وقائمة فى كـل المجـالات الاقتصادية والسياسية والثقافية والفكرية حتى أنه لم يعد أحـد بعيداً عن تأثير العولمة ابتداء من تأثير المعلومـات ومـروراً بتأثير أدوات الإنتاج وانتهاء بتأثير أنماط الاستهلاك.

وإزاء هذه الحقيقة السوسيولوجية الهامة فـإن تـشكل ثقافة الاستهلاك فى المجتمع المصرى يتم فى الوقت الحاضـر نتيجة آليات وقوى وتيارات مصاحبة لعملية العولمة بحيث إنها جعلت النزعة الاستهلاكية والميل للاستهلاك قد شملت كل شئ أو تكاد تسيطر على كل تصرفات وسلوك الأفراد تجـاه الـسلع وطرق إشباع رغباتهم فيها بما تحقق لديهم من دخول نقديـة وقوة شرائية حقيقية [٣٦].

ومن هنا فإن هذا البحث ينطلق من الإشكالية التالية:

" أنه إذا كانت العولمة واقعاً حتمياً وحقيقة كونية أكيداً حاضراً ومستقبلاً، فكيف تؤثر هذه الظاهرة الكونية على نشر ثقافة استهلاكية عالمية تتغلغل فى نسيج المجتمع المصرى عامة والقرية المصرية خاصة؟".

هذا التساؤل الذى يشكل العمود الفقرى لأشكالية بحثنا ينبثق منه عدة تساؤلات فرعية على النحو التالى:

١/١ – هل تؤثر الثقافة العالمية على تجاوز أنماط الاستهلاك العادية وغير العادية فى القرية المصرية وظهور أنماط جديدة للاستهلاك؟.

٢/١ – هل يؤثر الانفتاح على الثقافة العالمية والتى هى فى جوهرها ثقافة استهلاكية على تشكيل ثقافة استهلاكية مميزة فى القرية المصرية؟.

٣/١ – ما هى الرموز الثقافية المصاحبة للنزعة الاستهلاكية؟.

٤/١ – كيف يمكن رسم سياسات وآليات أكثر عملية لدرء خطر العولمة على عمليات الاستهلاك وضبطها؟

(٢) أهداف البحث:

يمكن تحديد أهداف البحث الأساسية فى النقاط التالية:

٢/١ – محاولة توضيح التحليلات السوسيولوجية المعاصرة والتى تتناول ظاهرة العولمة كتصور نظرى جديد يحاول فهم العديد من التحولات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التى تحدث فى المجتمعات البشرية المختلفة ومدى أثر ذلك على المجتمع المصرى.

٢/٢ – الوقوف على أهم المجالات التى تجرى فيها تفاعلات العولمة على تزايد أنماط الاستهلاك العادية أو غير العادية فى القرية المصرية.

٢/٣- التعرف على تأثير الانفتاح على الثقافة العالمية والتى هى فى جوهرها ثقافة استهلاكية فى تشكيل معالم الثقافة الاستهلاكية فى القرية المصرية.

٢/٤ – التعرف على الرموز الثقافية المتاحة للنزعة الاستهلاكية فى القرية المصرية.

٢/٥ – محاولة استخلاص آليات ووسائل أكثر عملية لدرء خطر العولمة على المجتمع المصرى بشكل عام والقرية المصرية خاصة من خلال ترشيد الاستهلاك وضبطه.

(٣) الاجراءات المنهجية للدراسة.

٣/١ – أدوات جمع البيانات.

نظراً لتشعب موضوع البحث وأسلوب تناوله من جانب، وتداخل العناصر المكونة له من جانب آخر، فإن الباحث قد اعتمد على مصدرين أساسيين لجمع البيانات الميدانية وهما:

الأداة الأولى : استمارة الاستبيان المقننة.

وقد تم استخدام الاستمارة من أجل توصيف النمط الاستهلاكى الحالى فى القرية المصرية، والتعرف على مظاهر ثقافة الاستهلاك وأبعادها المختلفة والرموز المصاحبة لعملية الاستهلاك.

وقد اشتمل الاستبيان على تسعة وأربعين سؤالاً اندرجت تحت خمسة عناصر أساسية هى:

أولاً : الحصول على البيانات الأولية اللازمة وهى السن وموطن الإقامة، والنوع، والحالة المهنية، والتعليمية، والحالة الزواجية ونمط الأسرة السائد.

ثانياً : قياس معدلات الاستهلاك العادية وغير العادي، والأهمية النسبية لبنود لإنفاق الأساسية، والحصول على بيانات أكثر تفصيلاً عن بنود خاصة حول المسكن والأثاث والطعام، والملابس، وتعليم الأبناء والعلاج، وحجم الإنفاق عليها ثم أهم المناسبات التى يزيد فيها الاستهلاك عن غيرها وطبيعة الهدايا التى تقدمها الأسرة فى هذه المناسبات.

ثالثاً : التعرف على مدى الانفتاح على المجتمعات الأخرى على تزايد أنماط الاستهلاك من خلال التعرف على العوامل التى تؤثر على تفضيل استهلاك السلع المستوردة، وأسباب ذلك، واتجاهاته نحو تأثير عرض السلع على سلوك المستهلك، وأسلوب الإعلانات والتخفيضات وسلوكه إزاء هذه العوامل، ثم أثر الهجرة لدول النفط العربية على زيادة التطلعات الاستهلاكية، وأهم السلع التى يهتم بشرائها المهاجرون.

رابعاً: الرموز الثقافية المصاحبة للاستهلاك للتعرف على الجانب الرمزى والمعنوى فى ثقافة الاستهلاك ويضم هذا العنصر أسئلة تتعلق بعادات التسوق، وأسباب الذهاب للتسوق، وعدد مرات التسوق شهرياً، ونوعية الأسواق المفضلة ، ونوعية السلع التى تلفت الأنظار أثناء عملية التسوق، ونوعية الشخص الذى يجب اصطحابه، وأثر المعرفة والاقتناء للسلع فى زيادة مكانة الفرد الاجتماعية.

" وأخيراً العنصر الخامس ويعرض لآليات وسياسات ترشيد الاستهلاك وضبطه لمواجهة مخاطر الانفتاح على الثقافة العالمية الاستهلاكية، وأهم مظاهر الميل للاستهلاك، ومدى أهمية ضبط الاسنتهلاك وترشيده، وأسباب ذلك ثم ما طبيعة الأشياء التى يرشد الناس استهلاكهم فيها، وأهم الوسائل التى تساعد على ذلك سواء التى تتعلق بالدولة أو تتصل بالأفراد.

*** صدق وثبات الاستبيان :**

وفى هذه المرحلة فقد مر تعميم الاستبيان بمرحلتين أساسيتين هما:

المرحلة الأولى : وهى مرحلة الصياغة المبدئية للاستبيان والتى بدأت فيها بصياغة عدد من الأسئلة حول كل من أجزاء الاستبيان ثم راعى الباحث فيها وضوح الأسئلة، وبساطة العبارة، وسهولة اللغة، وتسلسل الأسئلة بطريقة منطقية، وعدم تضمنها وقائع شخصية أو محرجة.

المرحلة الثانية : وفيها تم تطبيق استمارة الاستبيان على عشرين مبحوثاً من مجتمع البحث، وقد تم تكرار هذه العملية بفارق زمنى قدره خمسة عشر يوماً بين التجربتين، والتى نتج عنها إضافة بعض المتغيرات ذات الدلالة الهامة فى موضوع البحث، والتأكد من وضوح الأسئلة، وتسلسلها منطقياً، ومن خلال المقارنة بين الاستجابة فى الحالتين تبين أنها متقاربة إلى حد كبير، هذا إلى جانب عرض الاستبيان على عدد من المحكمين وذوى الخبرة فى هذا المجال بلغ عددهم خمسة محكمين، وبذلك أمكن الاطمئنان على الصدق الظاهرى للاستبيان والثبات الداخلى للبيانات قبل تطبيقها النهائى على مجتمع الدراسة.

الأداة الأخرى : المناقشات الجماعية :

Focus group Discussions

أجريت جلسات مناقشة مع عدد من الجماعات الريفية التى جرى انتقاؤها بعناية شديدة من الذين نالوا شهادات دراسية ومجموعة من شريحة الصفوة بالقرية ويمثلون مستويات اجتماعية واقتصادية متباينة، وتحدد حجم الجماعة الواحدة (من ٥- ٧ أفراد) مع الوضع فى الاعتبار أن تتوفر بينهم درجة عالية من التجانس من حيث المستوى التعليمى والسن، والنوع وغيرها، إلى جانب مراعاة اختلاف هذه الجماعات عن العينة التى طبقت عليهم أداة الاستبيان لتوسيع دائرة البحث ولإعطاء إمكانية تعميم أكبر بالإضافة إلى إثراء البيانات الكمية أثناء عملية تحليل البيانات وتفسيرها وتأتى مبررات استخدام الجماعات النقاشية نظراً لأنه فى عملية المناقشة يتحقق التفاعل بين مفردات الموقف الواحد داخل الجماعة استناداً إلى الموضوعات التى يثيرها الباحث، كما أنها تساعد على تحفيز المبحوثين للمشاركة ومساعدتهم على التذكر والاسترجاع، فضلاً عن الحصول على معلومات أوفر وأغزر مما يساعد على تشخيص أبعاد الظاهرة المدروسة، وبإدراك واع لمسبباتها ومظاهرها من وجهة نظر المتأثرين بها [٣٧].

٤ / ٢ – مجتمع البحث والعينة المستخدمة.

أجريت الدراسة الميدانية فى قرية نواج وهــى إحــدى القرى النموذجية التابعة لمركز طنطا فى محافظة الغربية، نظراً لما تتمتع به من قسط وافر من الخدمات التعليميــة المختلفــة فضلاً عن وجود فرع لكلية البنات جامعة الأزهر بها، وتتــوافر بها الخدمات الصحية والترفيهية والثقافية كما تــضم مــساكن حضرية على أحدث طراز معمارى من حيث بنائها، وآثارهــا، كما أن الشوارع الرئيسية بالقرية ممهدة ومنظمــة ومــدخلها الرئيسى مرصوف، كما تتعدد فيها المهــن والحــرف بجانــب الزراعة حيث تنتشر فيها المحلات التجارية والورش الصناعية كورش الخراطة وتصليح السيارات والجــرارات والمواصــلات على جانبى الطريق الرئيسى للقرية. كما يوجد بالقرية العديــد من العيادات الطبية الخاصــة والــصيدليات ومحــلات حديثــة للحلاقة والبقالة، وكى الملابس.

أما عن العينة المستخدمة، فقد راعــى الباحــث بعــض الإجراءات النهجية التى ينبغى اتباعها، وتحدد هذه الإجــراءات فى ضرورة تحديد وحدة التحليل المستخدمة فى الدراسة وحجم العينة، وكيفية اختيارها.

٢/٤/١ وحدة التحليل المستخدمة فى الدراسة.

الأسرة هى الوحدة الأساسية لتحليل التأثيرات التبادلية بين ظاهرة العولمة وثقافة الاستهلاك فى القرية المصرية، ويرجع اختيارها للأسرة على أساس أنها وحدة أساسية تعكس تأثيرات اجتماعية متعددة وشاملة وعن طريق دراستها يستطيع الباحث أن يكتشف السلوك الاستهلاكى للأسرة فضلاً عن أن رب الأسرة فى القرية يتمتع بشخصية تتسم بالنفوذ والتأثير وبالتالى فهو معبر عن الحاجة الأسرية نظراً لتأثيراته الواضحة على باقى أعضاء الأسرة.

٢/٤/٢ حجم العينة ونوعها.

لقد تم اختيار عينة الدراسة بالاعتماد على التركيب الحيازى فى القرية حيث بلغ عدد الحائزين بها (١٦٥٠ حائزاً) وأن عدد من يمتلك أقل من فدان قد بلغ ١١٧٥ حائزاً، وفى ضوء الخصائص العامة المطلوب توافرها فى مفردات البحث وهى الإقامة فى القرية، فقد تمت الاستعانة بمعادلة تحديد حجم العينة مباشرة والتى تراعى درجة تمثيل العينة للمجتمع ودرجة الدقة المطلوبة، وذلك عند معامل ثقة قدره (٩٥%) حدود خطأ (٥%) ونسبة توافر خصائص المجتمع فى العينة (٥٠%) وبتطبيق المعادلة وصل حجم العينة (٢٤٠) حالة. ونظراً لتوافر إطار بأسماء وعناوين مفرداته تم الاعتماد على عينة

عشوائية، وتم اختيار مفـردات العينـة باسـتخدام الجـداول العشوائية.

فمن حيث متغير السن، فقد بلغ متوسط الـسن لأفـراد العينة ما يقرب من (٤٠ عاماً) ويتركز العدد الأكبر فى فئتـى العمر من (٣٠-٣٩) ومن (٤٠-٤٩) حيث بلغت النسبة فـى هاتين الفئتين (٥٨,٧%) ويتوزع الباقى علـى فئـات الـسن الصغرى والكبرى بنسب متضائلة.

ومن حيث المستوى التعليمى تشير معطيـات الدراسـة الميدانية على توزع أفراد العينة على المـستويات التعليميـة المختلفة لكن ترتفع نسبة أصحاب التعليم المتوسط والجـامعى بنسبة (٣٧,٥%) أما نسبة الأميين وأشباه الأميين مـن فئـة يقرأ ويكتب فقد بلغت (٣٤,٢%) ومن حيث البناء المهنى فقـد اتضح أن فئتى الموظفين قد بلغت (٤٤,٢%) وفئة المزارعين نسبة (٣٤,١%) ويتوزع باقى أفراد العينة على مهن مختلفـة بنسب صغيرة.

أما من حيث الحالة الزواجية فأغلب أفراد العينـة مـن الذكور حيث بلغت نسبتهم (٨٤,٢%) فى مقابل (١٥,٨%) من الإناث ولا شك أن هذا الفارق الكبير يرجـع إلـى أن الوحـدة الرئيسية للعينة كانت تتمثل فى رب الأسرة.

هذه هى الخصائص الأساسية لعينة الدراسة من حيث النوع والمستوى التعليمى وفئات السن، ثم البناء المهنى والحالة الزواجية ونمط الأسرة السائد، وهى تمثل متغيرات اساسية ثم تحليل علاقتها إحصائياً بالمتغيرات الخاصة بتوصيف النمط الاستهلاكى.

٥- تحليل النتائج ومناقشة تساؤلات البحث.

٥/١ – النمط الاستهلاكى العادى وغير العادى فى القرية المصرية.

يستهدف هذا الجزء من الدراسة الميدانية تقديم بيانات ومعطيات ميدانية عن قرية الدراسة تتصل بالإجابة عن التساؤل الأول الذى مؤداه " هل تؤثر الثقافة العالمية على تجاوز أنماط الاستهلاك العادية وغير العادية فى القرية المصرية وظهور أنماط جديدة من الاستهلاك؟

وللإجابة على هذا التساؤل سوف نعرض لنوعين من الاستهلاك:

أ- الاستهلاك العادى الذى يتعلق بالمسكن والأثاث ومجالات الانفاق على الطعام والملابس، وتعليم الأبناء ، والعلاج والكهرباء والمياه والتليفونات.

ب- الاستهلاك غير العادى الذى يتصل بالمناسبات التى يزيد فيها الاستهلاك كالأعياد الدينية والزواج والولادة ونجاح الأولاد وأعياد الميلاد.

وربما كان المسكن هو أفضل المداخل الممكنة للتعرف على نمط الاستهلاك العادى خاصة وأن اتجاهات القرويين إلى الاستهلاك وأنماطهم الاستهلاكية قد تغيرت، وبدأ القرويون تحت تأثير الانفتاح على العالم الخارجى وارتفاع دخولهم فى إيقاف جانب كبير من الدخل على إقامة المساكن الجديدة المبنية بالطوب الأحمر، والأسمنت المسلح، كما بدأو فى تجهيزها من الداخل بالأثاث الجديد والإنفاق على أبنائهم فى مراحل التعليم المختلفة، وذلك إلى جانب الإنفاق على الطعام والملابس، هذا فضلاً عن محاولة اقتناء أجهزة الترفيه الحديثه ولذا فقد حاولت الدراسة التعرف على أنماط المساكن التى يعيشون فيها، فحصلت على توزيع يعبر عنه الجدول التالى:

جدول رقم (١)

توزيع المبحوثين طبقاً لأنواع المساكن التى يقيمون فيها

نوع المسكن	ك	%
فيلا	١٢	٥,٠٠
منزل كبير	٥٨	٢٤,٢
منزل صغير	٦٥	٢٧,١
شقه	١٠٥	٤٣,٧
المجموع	٢٤٠	١٠٠

وبتأمل معطيات الجدول السابق يتضح أن الشقة تمثل النمط السكنى الجديد الذى يقيم فيه غالبية أفراد العينة (٤٣,٧%) بينما يعيش فى البيت الفلاحى الصغير ما يقرب من (٢٧,١%) من المبحوثين فى حين يعيش فى نمط المنزل الكبير ما يقرب من ربع عينة البحث حوالى (٢٤,٢%) لكن بلغت نسبة الذين يعيشون فى الفيلا على الطراز الغربى حوالى (٥%) فقط وبهذا نلاحظ بروز ظاهرة جديدة وهى شيوع نمط سكنى جديد وهى "الشقة" ويمكن تفسير ذلك بسبب رغبة القرويين وخاصة المتعلمين نحو الاستقلال عن الأسرة الكبيرة فضلا عن ارتفاع أسعار الأرض المبانى فى القرية المصرية بشكل كبير، وإن كانت البيانات توضح أيضاً أن المنزل الكبير والبيت الصغير اللذين هما فى طريقهما الآن إلى الانقراض هما

السكن التقليدى الأكثر شيوعاً فى الريف المصرى كما أوضحت المعطيات الميدانية ميل الريفيين إلى امتلاك المساكن التى يقيمون فيها، فلقد تبين أن حوالى نصف المبحوثين (٤٩,٢%) يمتلكون المساكن التى يقيمون فيها، بينما لا تتجاوز نسبة الذين يستأجرون مساكنهم (١٧,٥%) من المبحوثين، وهناك حوالى ثلث أفراد العينة (٣٣,٣%) يقيمون فى مساكن مشتركة، وفى معظم الأحيان فإن هذه الإقامة تكون غالباً مؤقته لحين وجود فرصة لتغيير هذا المسكن. والرغبة فى إقامة مسكن مستقل.

كما حاولت الدراسة بعد ذلك التعرف على العلاقة بين التعليم ومدى الرغبة فى تغيير المسكن الحالى، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (٢).

التعليم ومدى الرغبة فى تغيير المسكن الحالى

الرغبة فى تغيير السكن	الحالة التعليمية							العدد	%
	أمى	يقرأ ويكتب	ابتدائى	أقل من المتوسط	مؤهل متوسط	مؤهل جامعى	فوق الجامعى		
نعم	٧	١٤	٦	١٧	٢٣	٢٦	١١	١٠٤	٤٣,٣
لا	٤٠	٢١	١٢	١٥	٢١	٢٠	٧	١٣٦	٥٦,٧
المجموع	٤٧	٣٥	١٨	٣٢	٤٤	٤٦	١٨	٢٤٠	١٠٠

كا٢ = ٢٤,٢٧

وبتأمل معطيات هذا الجدول يتضح أن (٥٦,٧%) أجابوا بأنهم لا يرغبون فى تغيير مساكنهم الحالية فى مقابل أقل من نصف العينة بقليل أجابوا أنهم يرغبون فى تغيير مساكنهم الحالية بنسبة (٤٣,٣%) من المبحوثين، وهذه نسبة مرتفعة تدل على زيادة التطلعات الاستهلاكية فى القرية المصرية، لكن أوضحت التحليلات الإحصائية أن هناك فروقاً ذات دلالة معنوية بين متغير التعليم والرغبة فى تغيير المسكن الحالى، ومعنى هذا أن هناك علاقة وثيقة بين المستوى التعليمى والرغبة فى تغيير المسكن للتعرف على الأسباب التى وراء هذه الرغبة، فأشارت النتائج أن (٣٩,٤%) منهم يرجعون ذلك إلى رغبة فى الاستقلال بينما نجد (٣٠,٨%) منهم يذهبون إلى أن ضيق المسكن الحالى هو الدافع وراء هذه الرغبة للتغيير، فى حين أجاب (٢٦,٩%) إلى الرغبة فى المسكن الواسع. وهكذا يتضح ان الدافع الأساسى لتغيير المسكن يكمن فى العيش فى مسكن أكثر اتساعاً والتطلع نحو تحقيق الاستقلال الأسرى عن العائلة؛ كما أنه يمكن تفسير هذه التطلعات نحو تغير المسكن فى إطار الأبعاد الاجتماعية حيث أن المنزل الواسع والمستقل يمثل بالنسبة للقرويين قيمة اقتصادية ورمزاً من رموز المكانة الاجتماعية المتميزة.

وارتباطاً بذلك حاولت الدراسة إلقاء الضوء على نوعية الأثاث الموجود داخل البيت الريفى خاصة وأن القرويين كانوا فى الماضى لا يهتمون بتأثيث بيوتهم حيث كان الأثاث يتكون من سرير فى حجرة النوم وحجرة لاستقبال الضيوف وحجرة للمعيشة، كما كان هناك بعض الأسر الريفية تكتفى بافتراش بساط أو حصيرة على الأرض عندما يحل عليهم الليل غير ان القرويين أصبحوا الآن يهتمون بتأثيث بيوتهم على أحداث طراز حيث كان من نتائج الانفتاح الاقتصادى والسفر إلى الخارج ظهور رموز استهلاكية عديدة تعبر عن دلالات اجتماعية وثقافية، ومن بين هذه الرموز نوعية الأثاث الموجودة بالمنزل، وهنا تكشف المعطيات الميدانية عن ارتفاع ملحوظ فى عدد الراغبين فى تجديد هذا الأثاث واستبدال أثاث جديد بدلاً من الأثاث القروى التقليدى، فلقد بلغت نسبة الأسر التى تملك حجرة نوم (١١٧,٥%) أى أن هناك أسراً تملك أكثر من حجرة للنوم، ثم الأسر التى لديها مطبخ حظيت بنسبة (٩٧,٩%) والملاحظ أن هذه النسب المئوية تبدو طبيعة خاصة وأنها تعبر عن نوعين من الأثاث الضرورى لكل أسرة ، لكن من اللافت للنظر أن الأسر التى لديها حجرة استقبال (صالون) بلغت (٨١,٣%) كما نجد نسبة أقل قليلاً (٤٤,٢%) لديها أنتريه، أما الأسر التى لديها حجرة للطعام بلغت (٢٥,٨%)

وهذا ما يوضح أن هذه النوعية من الأثاث من الأنواع الجديدة المصاحبة للأنماط الاستهلاكية الجديدة التى ظهرت فى العقود الثلاثة الأخيرة.

ولكن ما صلة الأثاث الريفى القديم أو الجديد بعملية العولمة؟

فى الحقيقة أن استبدال الأثاث القديم بالأثاث الجديد فى الريف المصرى يعد نتيجة انتشار وسائل الاتصال وإعلانات التلفزيون والقنوات الفضائية وفخاخ العولمة ومحاولات إدماج دول العالم الثالث فى دائرة وهم بأن العالم قرية واحدة، فكما أن هذه الوسائل تقرب بين دول العالم ، وتزيل الفروق بين الريف والمدينة، فإنها جعلت القرية تشهد اختفاء موروثات القرية من الأثاث التقليدى بدء من الطبلية رمزاً للمائدة المستديرة لرب الأسرة وأفراد أسرته ومروراً بالفرن البلدى وانتهاء بالمطرحة التى تحمل الغذاء الساخن لكل فم والتى تحولت الآن فى كثير من قرى الريف المصرى إلى أفضل نوعية من الأثاث الجديد الذى أصبح يأخذ ليس الشكل الحضرى بل أصبح يأخذ شكل الطراز الغربى سواء من ناحية النوعية أو التصميم.

واستكمالاً لما سبق فقد وجهنا تساؤلاً للمبحوثين عن أهم الأشياء التى يحبون اقتنائها فى المنزل، باعتبار أن الميل إلى اقتناء بعض الأشياء الثمينة يعبر عن رمز من رموز

الثقافة الاستهلاكية التى أصبحت منتشرة فى المجتمع الريفى فى الوقت الحالى، وهنا تكشف المعطيات الميدانية أن الغالبية العظمى من المبحوثين تفضل اقتناء الأدوات المنزلية الحديثة بنسبة (٤٥,٨%) وهو فى اتجاه جديد بدأ يظهر مع دخول الكهرباء فى الريف المصرى، وارتفاع مستوى الدخل فى القرية. كما يأتى اقتناء الذهب والمجوهرات فى الترتيب الثانى بنسبة (٣٠%) للأشياء التى يحب القرويون اقتنائها، ويلاحظ من هذا أن ا لذهب الذى كان يحتل قديماً القيمة الأولى لدى الريفيين بدأ يحتل الترتيب الثانى لديهم الآن، ومع هذا فالإنفاق على شراء الذهب ليس فقط رمز يدل على المستوى الاجتماعى والاقتصادى المرتفع، وإنما يشير أيضاً إلى نوع من الأوعية الادخارية التى يلجأ الريفيون إلى بيعه وقت الحاجة. كما يشكل الإنفاق على النباتات المنزلية بنداً أقل من بنود الاستهلاك فى المجتمع الريفى حيث بلغ (١٥,٨%) وبدرجة أقل قليلاً اقتناء اللوحات والتحف المنزلي حيث بلغت (١٠,٤%) ثم ذكر بعض المبحوثين أشياء أخرى، ثم حاولت الدراسة التعرف على أهم المجالات التى ينفقون عليها دخولهم من وجهة نظرهم للتعرف على أنماط الاستهلاك العادى، وهنا تكشف البيانات الميدانية عن بعض الدلالات الهامة.

فلقد أجاب (٢٧,٣%) أن الطعام والمعيشة يمثل المجال الأول للإنفاق، ثم يأتى مجال الإنفاق على الملابس بنسبة (٢٣%)، ولا شك أن هذه النسب تبدو طبيعية باعتبار أن هذه المجالات تعبر عن الحاجات الإنسانية الأساسية (الطعام والملابس) لكن يأتى العلاج فى الترتيب الرابع بنسبة (٢١,٢%).

أما الكهرباء والمياه لا تحصل على نصيب ملحوظ فى التكرارات حيث بلغت نسبتها (١٦,٩%) من بنود الإنفاق وأخيراً تأتى التليفونات بنسبة ضئيلة بلغت (٨,٢%) كبند من بنود الاستهلاك العادية.

ومما يؤكد صحة مجالات الإنفاق كما أوضحها المبحوثون وفقاً لتصوراتهم ما حصلت عليه الدراسة من بيانات خاصة بتوزيع المبحوثين طبقاً لمقدار الإنفاق الشهرى على بنود الاستهلاك الأساسية كما يوضحها الجدول رقم (٣).

بنود الإنفاق / فئات الإنفاق		الطعام والمعيشة	الملابس	تعليم الأبناء	العلاج	الكهرباء والمياه	التليفون
أقل من ٥٠ جنيه	ك	٢	١٢٠	٨٨	١٢٥	١٧٦	٢٢٢
	%	٠,٨	٥٠,٠	٣٦,٧	٥٢,١	٧٣,٣	٩٢,٥
٥٠–٧٥	ك	٤٦	٩٣	٣٤	٤٢	٣٥	١٨
	%	١٩,٢	٣٨,٨	١٤,٢	١٧,٥	١٤,٦	٧,٥
٧٥–١٠٠	ك	٤٤	١٢	٤٢	٤١	٢٩	
	%	١٨,٢	٥,٠	١٧,٥	١٧,١	١٢,١	–
١٠٠–١٢٥	ك	٤٢	٧	٤٤	١٨		
	%	١٧,٥	٢,٩	١٨,٣	٧,٥	–	–
١٢٥–١٥٠	ك	٢٨	٥	١٨	١٤		
	%	١١,٧	٢,١	٧,٥	٥,٨	–	–
١٥٠ فأكثر	ك	٧٨	٣	١٤			
	%	٣٢,٥	١,٢	٥,٨	–	–	–
المجموع	ك	٢٤٠	٢٤٠	٢٤٠	٢٤٠	٢٤٠	٢٤٠
	%	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وتكشف هذه البيانات الموضحة فى هذا الجدول مدى الاتساق الداخلى فى استجابات المبحوثين ففى فئات الإنفاق العليا يأتى الطعام والمعيشة والملابس بين أولويات الاستهلاك الأساسية حيث نجد أن (٣٢,٥%) من أفراد العينة ينفقون على الطعام بشكل كبير نتيجة ان القرويين يعتمدون على أسلوب التخزين للمواد الغذائية الأساسية كالأرز والقمح والذرة ورغم ذلك فإن معدل الإنفاق على الطعام يمثل أعلى المعدلات جميعاً.

ثم يأتى تعليم الأبناء حيث بلغت نسبة من ينفقون على بند التعليم (من ١٠٠-١٥٠ جنيهاً شهرياً) حوالى (٣٠,٦%) ثم الملابس فيأتى من ينفقون عليها من (٥٠-٧٥) جنيه شهرياً حوالى (٣٨,٨%).

أما العلاج والكهرباء والمياه والتليفونات فكانت غالبية الإنفاق تتحدد فى فئة أقل من (٥٠ جنيهاً شهرياً) حيث بلغت على التوالى (٥٢,١%)، (٧٣,٣%) (٩٢,٥%) وهذا ما يبين أن هناك بنوداً استهلاكية جديدة أصبحت تأخذ نصيباً متزايداً من الدخل الأسرى فى القرية المصرية كالعلاج والكهرباء والمياه والتليفونات وذلك بسبب ارتفاع مستوى الخدمات ورفع الدعم عنها من قبل الدولة.

وإذا كانت هذه بعض مجالات الإنفاق لدى الأسر الريفية مثل الطعام والملبس وتعليم الأبناء والعلاج والكهرباء والمياه

والتليفونات وهو نمط من الاستهلاك له صفة الدوام والانتظام فإن هناك نوعاً آخر من الاستهلاك يسمى (بالاستهلاك غير العادى) ويتصل بمناسبات اجتماعية ودينية وأسرية معينة، وفى محاولة التعرف على نوعية هذه المناسبات فقد طرحنا سؤالاً عن أهم المناسبات التى يزيد فيها استهلاك الأسرة، وهنا توضح المعطيات الميدانية أن هناك عدداً من المناسبات التى يزيد فيها إنفاق الأسرة، عما هو معتاد، وتأتى فى مقدمة هذه المناسبات زواج أحد الأبناء بما يزيد عن ربع التكرارات قليلاً بنسبة (٢٦,٩%) فالزواج من المناسبات الاجتماعية التى ينبغى على الأسرة الاستعداد لها وخاصة من جانب الأسرة التى ينتمى إليها العريس فإلى جانب تجهيز البيت ، وتأثيثه، يدفع العريس الشبكة، ويقدم الهدايا للعروس من ملابس وذهب وإقامة الولائم، وهنا تلعب مظاهر التقليد الذى تتبعه كثير من الأسر الريفية دوراً مهماً فى زيادة عمليات الإنفاق والمبالغة فيها بشكل كبير، ثم تأتى الأعمال الدينية فى الترتيب الثانى من حيث مناسبات الاستهلاك غير العادى لم يرتبط بها من الاستعدادات سواء فى عيد الفطر وعيد الأضحى من شراء الملابس الجديدة وعمل الكحك وشراء الحلوى واللحوم ومصاريف الأولاد وذبائح الأضحية عند بعض الأسر مما جعل هذه الاستعدادات مصاحبة ببعض مظاهر الإنفاق والاستهلاك

حتى أصبحت أمراً تقليدياً مرتبطاً بحلول هذه المناسبات الدينية وبالإضافة إلى هذه المناسبات الهامة، هناك مناسبات أخرى حظيت بنسب أقل مثل حلول شهر رمضان بنسبة (١٣,٩%) ثم الولادة بنسبة (١٣,٤%) حيث تعد مناسبات يزيد فيها استهلاك الأسرة عما هو معتاد، وقد يرتبط ذلك فى معظم الأحيان بإقامة الولائم والزيارات خلال هذا الشهر تعبيراً عن الرغبة فى زيادة أعمال البر والخير إلى جانب ذلك زيادة الإنفاق على شراء المكسرات واللحوم والفواكه، وما يرتبط بها من مظاهر التفاخر والوجاهة الاجتماعية فى المجتمع.

ومن بين تلك المناسبات أيضاً مناسبة إعلان نتائج نجاح الأولاد بنسبة (١٠,٤%) ثم أعياد الميلاد بنسبة (٨,٥%) وهى من المناسبات الدخيلة على مجتمع القرية والوافدة من المجتمع الغربى وبنسبة أقل مناسبة الحج بنسبة (١,٥%) من إجمالى أفراد العينة.

ويرتبط بالمناسبات غير العادية مناسبة قدوم طفل جديد حيث كان قدوم الطفل شيئاً عادياً ولكنه أصبح الآن يحظى باهتمام الأسرة الريفية.

ولذا حاولت الدراسة التعرف على أهم الترتيبات التى تتخذها الأسرة فى حالة قدوم مولود جديد، ولتوضيح ذلك فقد جاء موضوع الجدول رقم (٤).

وتوزيع المبحوثين حسب الترتيبات التى تقوم بها الأسرة فى حالة قدوم مولود جديد

الترتيبات	ك	%
شراء ملابس للطفل	١٨٥	٧٧,١
تأثيث غرفة له	١٥	٦,٢
شراء لعب له	٣٠	١٢,٥
أخرى تذكر (عمل عقيقه)	١٠	٤,٢
المجموع	٢٤٠	١٠٠

وبتأمل المعطيات الميدانية الموضحة فى هذا الجدول يتضح أن شراء ملابس للطفل يعد أحد الترتيبات الأساسية التى تقوم بها الأسرة الريفية فى حالة قدوم المولود الجديد حيث تبلغ نسبتها (٧٧,١%) فى حين ذكر (١٢,٥%) من المبحوثين بأنهم يشترون لعب للطفل بينما لم تتجاوز نسبة الذين أقروا بتأثيث غرفة للمولود (٦,٢%) ويرجع تضاؤل هذه النسبة لوجود هذه العادة فى الأسرة القادرة مادياً والتى يكون المولود فيها ذكراً وليس الذكر كالأنثى حيث أن الأسرة الريفية ما زالت تفضل انجاب الذكور على الإناث، وكذلك حينما يكون المولود الأول للأسرة.

وهناك بعض الترتيبات الأخرى مثل عمل عقيقة للمولود الجديد وتمثل حوالى (٤,٢%) من المبحوثين وترتبط هذه الظاهرة بالأسر الموثرة والتى تتمسك بإقامة الشعائر الدينية بشكل خاص. وإذا كان قدوم طفل يعد مناسبة أسرية تقتضى بعض الالتزامات التى تقوم بها الأسرة فإن مناسبة الزواج من المناسبات الأساسية التى يقوم فيها الأهل والأقارب والمعارف بتقديم هدايا للعروسين ، وهنا توضح البيانات الميدانية أن (٨١,٧%) أفادوا بأنهم اعتادوا على تقديم هدايا في هذه المناسبة للتعبير عن مشاركتهم الوجدانية بالفرحة، ويفضل غالبية هؤلاء أن تكون الهدايا المقدمة للزوج نقدية بنسب (٥٤,١%) فالنقود رمز من رموز المساعدة المادية التبادلية بين الأسر الريفية فى تكاليف الزواج التى أصبحت مرتفعة ومغالى فيها فى هذه الأيام ولعل هذا ما يتسق مع ما أشار إليه مارسيل موس فى دراسته الشهيرة عن الهديل **The Gift** من أن الهدية بالرغم من كونها تطوعية وتدل على الكرم فهى فى الواقع ذات طابع جبرى ومصلحى حيث يقتضى ضرورة الالتزام بدفع الهدايا إلى أصحابها فى المستقبل، وهذه الظاهرة ترتبط بالكثير من البناءات الاجتماعية المختلفة خاصة من الهدايا والتى يختلف عملية حدوثها عن طريق تسليم الهدايا بين أفراد المجتمع [٣٨].

أما أولئك الذين يفضلون تقديم هدايا عينية فيشكلون ما يقرب من ربع عدد المبحوثين تقريباً (٢٤%) بينما الذين يجمعون بين الهدايا النقدية والعينية معاً فيمثلون (٢١,٩%) من المبحوثين.

٢/٥ – الانفتاح على الثقافة العالمية وأثره على عملية الاستهلاك.

يعتبر الانفتاح على الثقافة مظهراً من مظاهر الحداثة ومؤشراً من مؤشراتها، ولقد نجحت وسائل الإعلام العربية وصناعة الإعلان فيها على خلق ثقافة عالمية جديدة تنتشر من المراكز الرأسمالية المتقدمة إلى كافة المجتمعات الإنسانية بحيث أدت هذه الثقافة على إخضاع الثقافات المحلية لمتطلباتها وتلبية احتياجاتها حتى أدت إلى إزالة الموانع والحدود بين دول العالم من خلال نشر ثقافتها الاستهلاكية بصورة أساسية ويتخذ الانفتاح على هذه الثقافة الاستهلاكية فى المجتمع الريفى شكلين يتحدد

أولهما : فى الانفتاح الاستهلاكى الذى شهدته هذه المجتمعات للسلع الأجنبية والمستوردة.

وثانيهما فى الانفتاح الفيزيقى (المكانى) والذى يعنى به هجرة العمالة الريفية إلى دول النفط العربية.

ويقاس الشكل الأول من خلال مؤشرى شراء القرويين للسلع المستوردة وأسباب تفضيلها، ومدى الوعى بالعوامل المؤثرة فى شرائها، بينما يقاس الشكل الآخر من خلال التعرض لمدى تأثير الهجرة الخارجية على زياد التطلعات الاستهلاكية فى القرية المصرية، وبناء على ذلك يحاول هذا الجزء من الدراسة الميدانية الإجابة على هذا التساؤل هل يؤثر الانفتاح على الثقافة العالمية والتى هى فى جوهرها استهلاكية على تشكيل ثقافة استهلاكية خاصة؟ وللإجابة على هذا التساؤل نسعى فى البداية إلى الوقوف على اتجاهات المبحوثين نحو السلع المستوردة الأكثر انتشاراً فى القرية المصرية، وهنا توضح استجابات المبحوثين نحو السلع المستوردة الأكثر انتشاراً فى القرية المصرية، وهنا توضح استجابات المبحوثين أن الأجهزة الكهربائية هى أكثر السلع الأجنبية انتشاراً، فقد حظى هذا النوع على (٣٠,٩%) من إجابات المبحوثين ثم الملابس الجاهزة على (٢١,٨%) من إجابات المبحوثين ثم السلع الغذائية على (١٩,٢%) من إجابات المبحوثين ثم لعب الأطفال على (١٣,٨%) من إجابات المبحوثين والمحقق لهذه النتائج يجد أن حوالى (٨٥,٧%) من هذه السلع المستوردة هى فى غالبيتها سلع استهلاكية ترفيه وليست سلعاً رأسمالية إنتاجية سواء كانت هذه السلع

المستوردة هى فى غالبيتها سلع استهلاكية ترفيه وليست سلعاً رأسمالية إنتاجية سواء كانت هذه السلع تتعلق بالاستهلاك اليومى مثل السلع الغذائية ولعب الأطفال والملابس الجاهزة التى أصبحت على الطراز الغربى سواء من ناحية الشكل واللون أو التفصيل أو كانت سلعاً معمرة مثل الأدوات الكهربائية. فى حين تتضاءل نسبة الأدوات والماكينات الزراعية إلى (١٠,٣%) ، والأجهزة الالكترونية إلى (٢,٦%) من استجابات المبحوثين.

ولقد حاولت الدراسة بعد ذلك التعرف على علاقة التعليم بالاتجاه نحو شراء السلع المصنعة محلياً أم السلع المستوردة، لمعرفة مدى تسلل السلع التى تنتجها المجتمعات الغربية إلى القرية المصرية ومدى استخدامها فى الحياة اليومية وهذا ما يوضحه الجدول رقم (٥).

العلاقة بين التعليم والاتجاه نحو شراء السلع المصنعة محلياً أم السلع المستوردة

الاتجاه	الحالة التعليمية							العدد	%
	أمى	يقرأ ويكتب	ابتدائى	أقل من المتوسط	متوسط	جامعى	فوق الجامعى		
السلع المصنعة محلياً	١٠	٤	٦	٧	٥	٩	٦	٤٧	١٩,٦
السلع المستوردة	١٩	١٢	٨	١٣	٢٦	٢٠	٤	١٠٢	٤٢,٥
الاثنين معاً	١٨	٩	٤	١٢	١٣	١٧	٨	٩١	٣٧,٩
المجموع	٤٧	٣٥	١٨	٣٢	٤٤	٤٦	١٨	٢٤٠	١٠٠

كا٢ = ١٩,٣٨

توضح البيانات الموضحة بهذا الجدول أن غالبية المبحوثين يفضلون استخدام السلع المستوردة بنسبة (٤٢,٥%) بشكل عام مقابل (١٩,٦%) يستخدمون السلع المصنعة محلياً فى حين أشار (٣٧,٩%) بأنهم يستخدمون السلع المحلية والأجنبية معاً، وهذا ما يوضح تفضيل القروى للسلع المستوردة فى المرتبة الأولى ثم الجمع بين المستورد والمحلى فى المرتبة الثانية بينما تأتى السلع المصنعة محلياً فى المرتبة الثالثة، وهذا يعنى أن نمط الاستهلاك السائد فى

المجتمع الريفى يعتمد معظمه على استخدام السلع المستوردة من العالم الخارجى، ولذا فقد أوضحت المعالجات الاحصائية عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متغير التعليم والاتجاه السائد نحو استخدام السلع المستوردة مما يعنى أن الاتجاه نحو استخدام السلع المستوردة اتجاه عام بين كافة المبحوثين بغض النظر عن مدى ارتفاع المستوى التعليمى وانخفاضه.

لذا فقد وجهنا سؤالاً عن أسباب تفضيل السلع المستوردة فعبرت الاستجابات الميدانية عن وجود عدد من الأسباب المتعددة يأتى فى مقدمتها أن تفضيل السلع المستوردة يرجع إلى شهرتها وسمعتها بنسبة (٤١,٢%) من المبحوثين، وهذا ما يعبر عن أن استهلاك هذه السلع المستوردة يعبر لدى القرويين عن معانى ورموز اجتماعية تتعلق بشهرتها وسمعتها لتحقيق تمايزات اجتماعية معينة مما يجعل غالبية القرويين يسعون إلى شراء هذه السلع والحصول عليها، ثم يأتى عامل الجودة والمتانة فى الترتيب الثانى بنسبة (٣٥,٣%) فى حين تتضاءل أهمية العوامل الأخرى مثل كثرة أنواعها المتعددة بنسبة (١٣,٧%) وملائمة أسعارها بنسبة (٦,٩%) ولعل هذا ما يؤكد ما ذهبت إليه بعض الدراسات السوسيولوجية من أن السلعة المنتجة محلياً تبقى فى نظر المستهلك المحلى ومهما كان مستوى جودتها أقل قدراً وجودة من السلعة المنتجة فى

الغرب والفرق بينهما فى الأساس هو هذه الشحنة الرمزية التى ترافق عملية شراء سلعة غربية المنشأ، أو غربية التصنيع فقط، حيث أننا نشترى رموزاً قبل شراءنا ماديات معينة(٣٩).

وارتباطاً بذلك فقد حاولت الدراسة إلقاء الضوء على العوامل التى تدفع القروى إلى شراء السلع المستوردة باعتبار أن العملية الاستهلاكية تؤثر فيها مجموعة متفاعلة من المتغيرات والعوامل التى يعيش فى إطارها المستهلك القروى، وبالتالى تشكل لديه الرغبة والدافع نحو شراء هذه السلع. وتوضح الدراسة الميدانية أن هناك مجموعة من العوامل : يأتى فى مقدمتها أسلوب الإعلانات فى التلفزيون والصحف وتمثل (٢٠,١%) ويلى ذلك فى الأهمية بفارق نسبى ضئيل عامل التخفيضات الموسمية بنسبة (١٩%) وهذا ما يبين الدور الذى تلعبه الإعلانات والتخفيضات فى زيادة العملية الاستهلاكية للسلع وازدياد الإقبال على السلع الرديئة لانخفاض أسعارها حيث أن من أهم أهدافها هو امتصاص دخل المستهلك خاصة، وكما تشير الدراسات العلمية (٤٠) إلى فاعلية الدور الذى تلعبه الإعلانات عن هذه التخفيضات فى التأثير على نفسية المستهلك، حيث تعرض أسعار البيع للسلع ذات النوعية الرديئة وذات الموديلات القديمة بطريقة يخيل بموجبها للمستهلك أن أسعارها مناسبة ومنخفضة المستوى بالنسبة للأسعار السائدة لنفس الأنواع والموديلات من السلع المعروضة بالسوق عموماً والتى تجعل الميل لدى المستهلك على شراء سلع لا يحتاج إليها نتيجة تقليد الآخرين قوياً، لهذا

فقد حظى عامل تقليد الآخرين الترتيب الثالث بنسبة (١٧,٢%) بينما يحتل عامل التردد على الأسواق الترتيب الرابع بنسبة (١٦,٦%) أما العوامل الخاصة بكثرة الأنواع من السلع ، وتفضيل الأفراد لها ثم طريقة العرض فى المحلات فقد حظيت على التوالى بمعدلات أقل. واستكمالا لما سبق حاولت الدراسة التعرف على علاقة المهنة بالاتجاه نحو شراء السلع فى أوقات التخفيضات لمعرفة ما إذا كان نوع الحرفة أو المهنة يؤثر على عملية الشراء أم لا.

جدول رقم (٦)

" المهنة والاتجاه نحو الشراء فى أوقات التخفيضات "

المتغيرات	الحالة المهنية						العدد	%
	مزارع	موظف	تاجر	حرفى	أعمال حرة	لا يعمل		
نعم	٥٥	٨٤	٤	٦	٩	٤	١٣٤	٥٥,٨
لا	٢٧	٢٢	٨	٤	١٥	٢	١٠٦	٤٤,٢
المجموع	٨٢	١٠٦	١٢	١٠	٢٤	٦	٢٤٠	١٠٠

كا٢ = ٣٣,٨٢

وتكشف البيانات الموضحة فى هذا الجدول أن أكثر من نصف أفراد العينة بقليل بنسبة (٥٥,٨%) أقروا بأنهم يذهبون إلى شراء السلع فى أوقات التخفيضات فى مقابل (٤٤,٢%) أجابوا بعدم الذهاب بشكل عام، لكن توضح التحليلات

الاحصائية أن هناك فروقاً ذات دلالة معنوية بين المستوى المهنى والميل نحو شراء السلع فى أوقات التخفيضات الموسمية أى أن نوع المهنة يرتبط ارتباطاً ايجابياً أو سلبياً بالميل نحو عملية الشراء فى أوقات التخفيضات. وتفسر النتائج التى أسفرت عنها المناقشات الجماعية.. " أن المحلات التجارية تعلن عن التخفيضات فى فترات تكون فيه عملية الشراء مرتبطة بمواسم معينة كبداية العام الدراسى، وأوقات الأعياد، ومع حلول شهر رمضان، ولذلك يكون الإقبال شديداً على هذه المجلات، ورغم أن المحلات التجارية تتلاعب فى أسعار السلع وتخدع المستهلك وتعرض السلع الرديئة إلا أن الناس تقبل على الشراء وأحياناً يشترون أشياء غير مطلوبة لهم فى الفترة الحالية وليسوا فى حاجة إليها ولكن طمعاً فى السعر المنخفض حتى أن بعض الناس يلجئون إلى الاقتراض لمحاولة شراء المزيد من السلع".

وهذا ما يتأكد مع ما ذهبت إليه بعض التحليلات السوسيولوجية والاقتصادية من أن المستهلك يفقد قدرته على التصرف الاقتصادى أو العقلانى عند الإنفاق داخل السوق، ويعجز فى الوقت ذاته على المقارنة بين منفعة السلعة التى اشتراها متعجلاً بسعر منخفض ومصطنع وبين منافع النقود التى أنفقها على شراء تلك السلع على الرغم أن استهلاك تلك

السلع يتم غالبا فى أوقات ليست آنية وإنما عادة ما تكون مستقبلية [٤١].

وفى محاولة التأكد من فاعلية الدور الذى تلعبه الإعلانات التجارية فى دفع القرويين نحو شراء السلع وعلاقة ذلك بالمستوى التعليمي طرح السؤال الآتى : إذا أعلن عن سلعة ما فى التلفزيون فهل تذهب لشرائها؟ جاء موضوع الجدول رقم (٧).

المتغيرات	الحالة التعليمية							العدد	%
	أمى	يقرأ ويكتب	ابتدائى	أقل من المتوسط	متوسط	جامعى	فوق الجامعى		
نعم	١٣	٩	٩	١١	٢٤	٢١	٧	٩٤	٢٩,٢
لا	٢٠	١١	٦	٧	١٢	١٠	٦	٧٢	٣٠,٠
أحياناً	١٤	١٥	٣	١٤	٨	١٥	٥	٧٤	٣٠,٨
المجموع	٤٧	٣٥	١٨	٣٢	٤٤	٤٦	١٨	٢٤٠	١٠٠

كا ٢ = ١٨,٤٤

من هذا الجدول يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يذهبون إلى شراء السلع عند مشاهدتها فى الإعلانات التجارية وذلك بنسبة (٣٩,٢%) مقابل الثلث تقريباً بعدم الذهاب بينما أشار

مثلهم بأنهم يذهبون فى بعض الأحيان غير أن اللافت للنظر أن المعالجات الإحصائية أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى التعليمى ومدى الاستجابة فى شراء السلع عند مشاهدتها فى الإعلانات التجارية لأن المستهلك بغض النظر عن مستواه التعليمى. ومما يؤكد ذلك ما أسفرت عنه المناقشات الجماعية من أن " الإعلانات الآن رغم أثرها السلبى على الناس إلا أنها تساعدنا فى معرفة أنواع السلع الجديدة ومميزاتها ومعرفة أماكنها والبلاد التى تصنعها وبالتالى فعندما نشاهد الإعلانات فى التليفزيون أو نقرأها فى الصحف والمجلات نذهب لمشاهدة هذه السلعة والسؤال عنها ثم نشتريها فى غالب الأحيان " ويؤكد هذا الجدول أن العلاقة وثيقة بين الإعلان الجديث والمستهلك فى عالم الواقع. حيث ان الإعلان هو السند الوحيد فى عالمنا المعاصر الذى يجده المستهلك إلى جانبه لحظه احتياجه إلى النصيحة ولذا يخاطب الإعلان – الذى يقف وراءه المعلنون – عقلية المستهلك بعناصر ثقافته المميزة، ويحاول أن يقنعه بالوسيلة التى يستطيع من خلالها بلوغ الهدف الأمثل الذى يطمح إليه [٤٢].

هذا عن تأثير الإعلانات التجارية. فماذا عن تأثير هجرة العمالة الريفية فى زيادة التطلعات الاستهلاكية على أساس أن الهجرة لعبت دوراً رئيسياً فى تغذية روح الاستهلاك الترفى فى

القرية المصرية ولتوضيح ذلك فقد حاولنا معرفة تأثير الهجرة إلى بلدان النفط فى زيادة التطلعات الاستهلاكية.

جدول رقم (٨)

" السن والاتجاه نحو تأثير الهجرة إلى بلدان النفط فى زيادة التطلعات الاستهلاكية "

المتغيرات	فئــــات السن						العدد	%
	٢٠ فأقل	٢٠ -	٣٠ -	٤٠ -	٥٠ -	٦٠ فأكثر		
نعم	١	٢٦	٧١	٦٠	٣١	٢٥	٢١٤	٨٩,٢
لا	٢	٩	٧	٣	٣	٢	٢٦	١٠,٨
المجموع	٣	٣٥	٧٨	٦٣	٣٤	٢٧	٢٤٠	١٠٠

كا٢ = ٢١,٧٨

وبتأمل المعطيات الميدانية الموضحة فى هذا الجدول يتضح أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٨٩,٢%) يؤكــدون علــى أن الهجرة قد لعبت دوراً واضحاً فى زيادة التطلعات الاســتهلاكية فى مقابل (١٠,٨%) فقط يرون عكس ذلك.

غير أن المعالجات الإحصائية أوضحت أنه توجد فــروق ذات دلالة معنوية بين متغير السن ودور الهجرة فــى زيــادة

التطلعات الاستهلاكية مما يعنى أن هناك ارتباطاً إيجابياً بين فئات السن وبين الوعى بتأثير الهجرة على تغذية التطلعات الاستهلاكية فى القرية المصرية، ومما يؤكد ذلك ما أسفرت عنه المناقشات الجماعية من أن هجرة العمالة الريفية إلى الدول النفطية أدت إلى إغراق القرية بالسلع المستوردة والأجنبية من الملابس الجاهزة والأجهزة الكهربائية والأدوات المنزلية والسجاجيد والأقمشة، مما أدى إلى انتشار هذه السلع بصورة لا مثيل لها من قبل، وجعلت الناس فى القرية يقلد بعضها البعض الآخر، حتى أن الناس الذين لم تتح لهم فرصة السفر للخارج كانوا يحاولون تقليد المهاجرين فى شراء السلع المستوردة، وهذا يوضح أن السلع الأجنبية تأتى إلى القرية إما من خلال المهاجر القادم إلى القرية من بلاد الغربة ويقدمها لأهله كهدية. أو عرضها للبيع سواء من العامل المغترب إذا ما تعذر مالياً أو ا لمهدى إليه لعدم ملاءمتها له وخاصة الملابس المستوردة.

ولعل هذه النتائج تؤكد ما ذهبت إليه بعض الدراسات التى أجريت على هجرة العمالة العربية من أن الهجرة لعبت دوراً كبيراً فى تغذية أنماط الاستهلاك، إذ أن تحويلات العاملين فى البلدان النفطية ساهمت فى تشكيل معالم النمط الاستهلاكى الجديد، والذى أصبح متحيزاً بدرجة أكبر نحو عناصر

الاستهلاك الترفى الأمر الذى أدى إلى التحول التـدريجى عـن شراء السلع المنتجة محلياً بشراء السلع المستوردة " [٤٣].

وإذا كان هناك اتفاق عام على أن هجرة العمالة الريفية إلى بلدان النفط أدت إلى زيادة التطلعات الاستهلاكية وغـذت روافد الاستهلاك فى القريـة المصرية، فإنـه يـصبح مـن الضرورى معرفة أهم السلع التى يهتم بـشرائها المهـاجرون. وهنا تكشف الدراسة الميدانية عن وجود ثلاثة أنماط رئيـسية التى يشتريها المهاجرون وهى:

النمط الأول : ويتمثل فى شراء السلع الكهربائيـة المعمـرة كالتلفزيون والمروحة والفيديو، والثلاجة والغسالة، والمكنـسة والبوتوجـاز، والمـسجلات، وذلـك بنـسبة (٥٥,٧%) مـن المبحوثين.

النمط الثانى : ويتضح فى شراء الملابس والأقمشة بنسبة (٢٤,٩%) والسجاد والموكيت (٢,٤%) من أفراد العينة.

النمط الثالث : ويبرز فى شراء الذهب بنسبة (٤١,٣%) ثم السيارات بنسبة (٢,٨%) من إجمالى المبحوثين.

وهذا ما يوضح أن الهجرة أثرت بشكل بـالغ فـى صـياغة أنماط استهلاكية جديدة ذات طبيعة ترفيـه فـى أغلبهـا، وأن الجزء الأكبر من مدخراتها اتجه نحو أسواق السلع والخـدمات

العالمية القائمة على استيراد كل ما هو أجنبي. الأمر الذى أدى إلى ربط المجتمع المصرى بآليات السوق الرأسمالى العالمى ودخول القرية طرفاً غير متكافئ فى تقسيم العمل الدولى؛ وهذا ما جعل ظاهرة الهجرة بتوجهاتها الاستهلاكية والتضخمية تساهم - كما تشير بعض الدراسات إلى إبراز أوجه التمايز الاجتماعى بين الطبقات الاجتماعية ومن ثم عملت على تشويه معالم الخريطة الطبقية نتيجة الحراك الاجتماعى الزائف الذى كان منفصلاً لا متصلا مع العملية الانتاجية الحقيقية (٤٤).

٣/٥ - الرموز الثقافية المصاحب للعملية الاستهلاكية.

إن عملية الاستهلاك عملية اقتصادية مادية ذات جوانب معنوية وثقافية أيضاً، ولـذا لا ينبغى أن نـدرك الاستهلاك باعتباره استهلاكاً للسلع القيمة او ذات المنفعة المادية ، ولكن باعتباره استهلاكاً للرموز أساساً وإذا كانت العناصر الثقافية مرتبطة أشد الارتباط بكل العناصر المادية للاستهلاك، فإن الرموز - وهى لب الثقافة وأصلها - هى أكثر الجوانب ارتباطاً بثقافة الاستهلاك خاصة وأن المجال الثقافى للطبقة التى تنتج الرموز الثقافية يمر فى وقتنا الحاضر بتوسع كبير لدرجة أن هذا المجال أصبح يطغى على كل مجالات الحياة الاجتماعية الحديثة، فلقد توسع المجال الثقافى إلى درجة أنه حطم الحواجز التى كانت فى السابق تحويه ضمن حدود معلومة(٤٥).

ولذا تحاول الدراسة طرح سؤال عن – ما هـى الجوانـب الرمزية المصاحبة لعملية الاستهلاك فى المجتمع الريفى؟

ولمحاولة الإجابة على هذا التساؤل راعينا أهميـة دراسـة عملية الاستهلاك من جانب القوة الرمزية للسلع الاسـتهلاكية حيث أن ميزة المجتمع الاستهلاكى الحديث يكمن فـى فـائض القيمة الرمزية، ولنبدأ بدراسة عملية التسوق وأسبابها علـى أساس أن عملية التسوق تتضمن إلى جانب السلوكيات المادية فى شراء السلع وبيعها على معانى ورموز وصور ثقافية مثـل الاستمتاع بمشاهدة المعروضات الجديدة من الـسلع، وقـضاء وقت الفراغ فضلاً عن القدرة الشرائية للمستهلك حينما يتسوق فى الأسواق وبخاصة التى تتميز بالسلع الراقية.

وفى إطار ذلك تكـشف المعطيـات الميدانيـة أن غالبيـة المبحوثين تعودوا الذهاب إلى سوق المدينة فى أواخر الأسبوع وذلك بنسبة (٤٦,٧%) ثم يلى ذلك الذين أقروا بالذهاب إلـى سوق المدينة عند الضرورة بنسبة (٣٤,٣) من المبحوثين فى مقابل (١٩%) يذهبون إلى السوق وعلى هذا حاولت الدراسـة التعرف على أسباب الذهاب إلى السوق، فكـشفت المعطيـات الميدانية وجود عاملين أساسيين لعملية التسوق وهما:

العوامل المادية : وهى التى تتعلق بشراء السلع وحظيت على نسبة (٣٨,٤%) من استجابات المبحـوثين والعوامـل غيـر

المادية للذهاب إلى السوق وهى تتمثل فى مشاهدة البضائع والسلع الجديدة، والاستمتاع بالمعروضات الجديدة وقضاء وقت الفراغ وتمثل مجتمعة (٦١,٦%) وهذا ما يبين تفوق الجوانب المعنوية لعملية الذهاب إلى السوق على العوامل المادية الخاصة بالشراء ويؤكد أن عملية التسوق ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالاستهلاك الخاص بالصور والمعانى الرمزية، وهذا ما يتفق مع ما أسفرت عنه نتائج المناقشات الجماعية من أن " الذهاب إلى سوق المدينة بالرغم من الدافع الرئيسى لنا هو شراء السلع التى تحتاجها إلا أنه يمثل متعة جمالية لمشاهدة الأنواع المختلفة من السلع ومعرفة الأنواع الجديدة التى توجد فى المحلات التجارية، والمقارنة بينها ثم اكتساب معرفة بالسلع الأفضل والأجود والتى تكون أسعارها ملائمة لنا، لدرجة أننا نذهب إلى السوق عدة مرات للمعرفة دون الشراء بالإضافة إلى قضاء وقت مسلى بعيداً عن الجلوس فى الشوارع والقهاوى والبعد عن الكلام عن الآخرين ".

ولمحاولة معرفة المبحوثين بعالم السوق فى إطار متغير النوع طرحنا سؤالاً عن عدد مرات الذهاب إلى السوق فى الشهر

جدول رقم (٩).

النوع وعدد مرات الذهاب

عدد مرات الذهاب على السوق فى الشهر	النوع		العدد	%
	ذكر	أنثى		
مرة واحدة	٨٢	١٥	٩٧	٤٠,٤
مرتان	٥٦	٦	٦٢	٢٥,٨
ثلاث مرات	٣٣	٥	٣٨	١٥,٩
لا أذهب مطلقاً	٣١	١٢	٤٣	١٧,٩
المجموع	٢٠٢	٣٨	٢٤٠	١٠٠

كا٢ = ٦,٦١

وتشير البيانات الموضحة فى هذا الجدول أن غالبية المبحوثين يُذهبون مرة واحدة إلى السوق فى الشهر بنسبة (٤٠,٤%) بينما تصل نسبة الذين يذهبون إلى السوق مرتين إلى ما يقرب من ربع أفراد العينة (٢٥,٨%) فى حين تتضاءل نسبة الذين يذهبون ثلاث مرات إلى (١٢,٩%) فى مقابل ذلك قرر (١٧,٩%) أنهم لا يتسوقوا مطلقاً، ثم أظهرت التحليلات الإحصائية أنه لا توجد فروق ذات دلالة معنوية عند مستوى (٠,٠٥) مما يبين أن الذهاب إلى السوق ظاهرة جديدة لم يكن

القرويون يعرفونها فى مجتمع القرية، بغض النظر عما إذا كان رجلا أم امرأة مما يبين أن جميع المبحوثين على علاقة دائمة ومستمرة بالسوق على اختلاف أنواعهم، بحيث أصبح التسوق جزءا من نشاطهم اليومى.

ولذلك حاولت الدراسة أن تتبع سلوكيات المستهلك أثناء عملية التسوق. فطرحت سؤالاً عن الأشياء التى تلفت الانتباه فى السوق غير عملية الشراء.

وهنا تكشف استجابات المبحوثين عن وجود ثلاثة أنماط للاستهلاك البصرى جاءت مرتبة على النحو التالى:

النمط الأول : مادى يتعلق بأسلوب عرض السلع، وجمال المحلات التجارية وطريقة تزيينها.

النمط الثانى : اجتماعى تفاعلى ويتمثل فى مشاهدة المساومات التجارية، وأن السوق مكان للتعارف بالآخرين.

النمط الثالث : نفسى ترويحى يتعلق بمتعة التسوق وهنا تلقى المناقشات الجماعية الضوء على سلوكيات الأفراد حينما يذهبون إلى اسوق بغير هدف الشراء فيقولون بأن " الذهاب إلى السوق فى حد ذاته فرصة لنا للالتقاء بالأصدقاء والمعارف خاصة عندما نسافر إلى المدينة واكتساب خبرات كثيرة فى الحياة لأن السوق يعلمنا كيف نتعامل مع الآخرين ويعلمنا

السلوك التجارى من خلال متابعة عملية المساومة على الأسعار بين الزبائن والتجار بالإضافة إلى المتعة عند مشاهدة السلع وطرق عرضها فى المحلات ، والتعرف على ا لبضائع الجديدة التى تصل إلى السوق ".

ونستخلص من هذا بأن عملية التسوق تؤدى إلى جانب وظيفتها الاقتصادية المعروفة فى شراء السلع وظيفة أخرى تتعلق بالجوانب النفسية والجمالية والاجتماعية وارتباطاً بذلك ألقت الدراسة الضوء على جانب آخر يتعلق بالتفاعل مع الآخرين، ويعبر عنه بالسؤال التالى :

من الشخص الذى تحب أن تصطحبه عند الذهاب إلى السوق؟

وجاءت استجابات المبحوثين لتبين أن عملية التسوق ذات جانب اجتماعى أساساً فى المجتمع الريفى حيث احتلت الزوجة الترتيب الأول فى حالة الرغبة لاصطحاب أحد الأفراد أثناء التسوق وذلك بنسبة (٤٠,٤%) او أحد الأصدقاء بنسبة (٢٨,٤%) أو أحد الأولاد بنسبة (١٣,٣%) فى مقابل (٢٥,٨%) يرغبون فى التسوق بمفردهم. وهذا ما يبين أن عملية التسوق تساهم فى تقوية الوشائج الاجتماعية والعلاقات القرابية بين الأفراد داخل المجتمع الريفى، ويفسر ذلك ما أسفرت عنه المناقشات الجماعية " من أننا حينما نتسوق لشراء جهاز للعروسة أو مواشى من السوق فى المدينة أو

حتى شراء احتياجات البيت فإننا نذهب سويا ونجمع الأهل والأصدقاء لأن الجماعة أثناء التسوق تكون فرصة لتبادل الخبرات وتقديم النصيحة ويكون ذلك متعة وإحنا صحبة ومتجمعين مع بعضينا أثناء الذهاب إلى السوق ".

وأخيراً تعرض الدراسة لتصورات الناس حول ما إذا كان معرفة السلعة أو اقتناؤها يجعل الفرد يحتل مكانة اجتماعية متميزة. وهنا كشفت التحليلات الكمية أن المعرفة بالسلعة يضفى على الفرد مكانة اجتماعية متميزة بنسبة (٣٨,٨%) كما قررت نسبة وصلت إلى (٣٦,٢%) بأن ذلك يحدث فى بعض الأحيان فى مقابل ما يقرب من ربع العينة (٢٤,٢%) أجابوا بأن ذلك ليس بالضرورة غير أن نسبة الذين أقروا بأن اقتناء السلعة الثمينة يضفى على صاحبها مكانة اجتماعية متميزة قد ارتفعت إلى (٥٥%) من أفراد العينة. والذين أجابوا بأن ذلك يحدث فى بعض الأحيان خمس أفراد العينة ويمكن تفسير ذلك فى ضوء أن وسائل الإعلام والإعلانات التجارية خاصة بعد انتشار أجهزة التلفاز والقنوات الفضائية قد جعلت الناس أكثر معرفة بأنواع متنوعة وكثيرة من السلع الثمينة دون امتلاكها وبالتالى فالمعرفة وحدها ليست دليلاً على التميز الاجتماعى فى المجتمع الريفى وإنما تلعب الثقافة السائدة فى المجتمع الريفى وبخاصة الثقافة التقليدية دوراً مهماً فى إضفاء

المكانة الاجتماعية على الذين يمتلكون السلع الثمينة منذ فترات طويلة، على أساس أن ملكية الأفراد للسلع الثمينة أو وراثتها من الآباء والأجداد تمنح صاحبها رصيداً ثقافياً رمزياً، ومما يدعم ذلك ما أسفرت عنه نتائج المناقشات الجماعية " من أن اقتناء السلع المادية وملكيتها منذ القدم غالباً ما يجعل للأفراد مكانة مرتفعة بين الناس فى القرية لأنهم ينحدرون من أصول اجتماعية عريقة، وأنهم طوال عمرهم أصحاب عز وجاه، أما الناس اللى ظهروا فى هذه الأيام ويركبون السيارات الفخمة وأقاموا البيوت الحديثة واشتروا الأدوات الكهربائية المعمرة فإنهم معرفون للناس بأنهم محدثى نعمة، والناس عرفة أصلهم كويس ومهما كان عندهم فوضعهم الاجتماعى ما بيتغيرش " (٤٦)

ونستخلص من هذا أن هناك تأكيداً شبه عام على أن اقتناء السلع الثمينة منذ القدم وليس معرفتها أو حتى اقتنائها حديثاً هو الذى يضفى على الأفراد المكانة الاجتماعية المتميزة فى المجتمع الريفى، وهذا يبين أن عمليات وظواهر التجانس الثقافى العالمى التى تفرزها العولمة عبر آلياتها ووسائلها المختلفة لا يمكن أن تخترق خصوصية الثقافة المحلية التقليدية المحافظة التى لا يزال المجتمع الريفى يتصف بها بدرجات

متفاوتة، بالرغم من التغير الهائل الذى طرأ فى حياة الناس على المستويات المادية والاستهلاكية ".

٤/٥ - استراتيجية مواجهة خطر العولمة على زيادة عملية الاستهلاك ، كشف التحليل النظرى للبحث أن العولمة أصبحت ظاهرة كونية كبرى، أدت إلى نقل الاقتصاد والثقافة والتجارة والاتصال من الدائرة المحلية الضيقة إلى الساحة الكونية الواسعة للعالم كله، بحيث جعلت العالم كله كياناً واحداً، وثقافة عالمية واحدة. ولذا تأتى خطورة العولمة هنا من أنها المحاولة الأكثر تطوراً التى تضمن للغرب أمركة نمط الحياة بالثقافة الغربية فى كافة الدول والمجتمعات الإنسانية من خلال اختراق الخصوصات الثقافية، وتهميش وإضعاف الدول النامية، من خلال فرض نمط استهلاكى محدد وثقافة استهلاكية عالمية، ونمط انفتاحى تنافسى غير متكافئ، وفى ضوء ذلك حاولت الدراسة طرح سؤال أساسى مفاده كيف يمكن رسم سياسات واستراتيجيات أكثر عملية لدرء خطر العولمة على عمليات الاستهلاك وضبطها فى القرية المصرية.

ولما كان من الصعوبة تناول مدى وعى القرويين بظاهرة جديدة مثل العولمة ومضمونها ومخاطرها من الناحية الكمية ولذا فإننا سوف نلجأ بشكل أكثر تفصيلاً إلى نتائج المادة الكيفية التى كشفت عنها المناقشات الجماعية التى جرى

اختيارها من صفوة القرية المستنيرين والمدركين لمثل هذه الظواهر الجديدة، ونعرض لأهم هذه النتائج على النحو ا لتالى:

ولما كان من الطبيعى أن يبدأ التحليل بالتعرف على الوعى بكلمة العولمة ومضمونها ومخاطرها، وهنا تكشف نتائج المناقشات الجماعية أن الغالبية بدأت تسمع عن كلمة العولمة فى هذه الأيام لأنها أصبحت تتردد فى وسائل الإعلام والأحاديث اليومية للمثقفين، وبالتالى فأصبحت منتشرة ومتداولة لكن انقسمت المناقشات إلى فريقين فيما يتعلق بمضمون كلمة العولمة:

الفريق الأول : وهو الذى يرى أن العولمة هى الانفتاح على المجتمعات الأخرى وعدم الانغلاق وبالتالى ضرورة تبنى النظام الرأسمالى لأنه هو الذى أثبت نجاحه اقتصادياً فى كل المجتمعات، ولذا فلا نخاف من الدخول فى نظام العولمة ولا نخشى على مجتمعنا منها فهى ظاهرة إيجابية والمجتمعات التى لا تدخل فيها سوف تتخلف عن التطور الحضارى والتقدم الحديث.

الفريق الثانى : وهو الذى يرى أن العولمة هذه هى قيادة أمريكا للعالم بعد ما انهار النظام الاشتراكى وبالتالى جعلت الدول تخضع لسيطرتها ولثقافتها فى كل شئ ولذا يرى هذا

الفريق خطورة هذه الظاهرة على مجتمعاتنا ومستقبلها ولابـد من التصدى لها وعدم الدخول فيها على الاطلاق.

ومن خلال ذلك يتضح أن هنـاك اتجاهـا غالبـا بـالوعى بمفهوم العولمة ومضمونها بشكل عام لكن هناك اختلاف حول المخاطر الناجمة عنها وربما يرجع ذلك إلـى انبهـار النـاس بالنجاحات التى حققتهـا المجتمعـات الرأسـمالية اقتـصادياً والانتصارات التى انجزتها على مستوى العالم. وهذا ما يعنـى أن القضية الآن ليست فى أن ندخل فى العولمـة أو نتجنبهـا ونقاومها بل فى كيفية اللحاق بها بأقل ضرر وذلك من خـلال تفادى مخاطرها وتعظيم فوائدها وتحويل الآثار السلبية الناجمة عنها لمصلحتنا ومصلحة مجتمعاتنا. وهذا حاولـت الدراسـة الكيفية أن تطرح سؤالاً آخر عن دور العولمة فى زيادة ميـل الناس للاستهلاك فى القرية، وهنا تكشف نتـائج المناقـشات الجماعية " أن الانفتاح على العالم المتقدم، وانتشار التـوكيلات التجارية الأجنبية عمل على إغراق الأسواق المصرية بـأنواع كثيرة من السلع والبضائع المستوردة لدرجة إننـا نلاحـظ أن الناس أصبحوا يستخدمون الأشياء الحديثـة لحظـة ظهورهـا فمثلاً كنا زمان نسمع عن السلع الحديثة ولا نشتريها فوراً لكن فى هذه الأيام كل اللى بيقدر على حاجة بيشتريها على طـول، لدرجة أنك لو دخلت أى بيت فى القرية تلاحـظ فيـه الأدوات

الكهربائية الحديثة والمستوردة والأثاث الحديث والملابس المستوردة زى ما هو موجود فى المدينة بالضبط".

ونستخلص من هذا أن الانفتاح على السوق العالمى أدى إلى دفع سلع الاستهلاك بأنواعها المختلفة التى تنتجها البلدان المتقدمة إلى مجتمعاتنا بصورة لا مثيل لها فى التاريخ ولقد نحقق ذلك من خلال وسائل الإعلام والإعلانات التجارية التى تصور الحياة الغربية بأنماطها الاستهلاكية الترفيه لإقناع الناس باستهلاك السلع الجديدة باستمرار لزيادة التطلعات الاستهلاكية لديهم وتقليص قدراتهم الإنتاجية.

مما يترتب على ذلك تزايد الميل العام للاستهلاك فى مجتمع القرية، وللوقوف على أسباب هذا الميل، توضح الدراسة الميدانية أن هناك أسباباً عديدة لعل أبرزها عاملان أولهما: الهجرة إلى البلدان النفطية، حيث أن هذا العامل يؤدى إلى زيادة الدخل، وزيادة القدرة الشرائية للناس فى القرية فتتزايد القدرة على شراء السلع والاحتياجات مما يؤدى إلى تفشى أنماط استهلاكية جديدة.

وأما العامل الآخر فيتمثل فى التقليد والمباهاة، اللذين يلعبان دوراً كبيراً فى انتشار نمط الحياة الاستهلاكى فى القرية، فأصبح بناء البيوت الأسمنتية الفسيحة، وفرشها بالأثاث الحديث واستخدام مختلف السلع المعمرة واليومية مطالب

ضرورية لدى الجميع تدفع الناس إلى تقليد سلوك المهـاجرين الاستهلاكى وخاصة من خلال إغراقهم للقرية بسلع مستوردة تغرى الناس لتقليدهم ومحاكاتهم، ولعل تفشى هذا السلوك الاستهلاكى المتجدد فى حياة الناس اليومية ولذلك برزت الدعوة فى الوقت الحالى إلى أهمية وضع سياسات واستراتيجيات لدرء مخاطر العولمة على عملية الاستهلاك، وأهمية ترشيد الاستهلاك والتقليل من حدتـه، وفى محاولة التعرف على علاقة التعليم بأهمية ترشيد الاستهلاك فى القرية جاء موضوع الجدول رقم (١٠).

التعليم والاتجاه نحو أهمية ترشيد الاستهلاك

المتغيرات	الحالة التعليمية							العدد	%
	أمى	يقرأ ويكتب	ابتدائى	أقل من المتوسط	متوسط	جامعى	فوق الجامعى		
مهم	٣٣	٢٤	١٦	٢٩	٤٤	٤٦	١٨	٢١٠	٨٧,٥
غير مهم	١٠	٩	٢	٣	–	–	–	٢٤	١٠,٠
لا أعرف	٤	٢	–	–	–	–	–	٦	٢,٥
المجموع	٤٧	٣٥	١٨	٣٢	٤٤	٤٦	١٨	٢٤٠	١٠٠

كا٢ = ٤٢,٦

ومن قراءة معطيات هذا الجدول يتضح أن الغالبية العظمى من المبحوثين (٨٧,٥%) تؤكد أهمية ترشيد الاستهلاك، وهذا يعنى أن هناك إدراكاً شبه عام بمخاطر الاستهلاك فى القرية وبالتالى أصبحت هناك ضرورة لضبطه وتنظيمه. لكن أوضحت المعالجات الإحصائية أن هناك علاقة ذات دلالة معنوية عند مستوى (٠,٠١) بين متغير التعليم وأهمية ترشيد الاستهلاك مما يعنى أنه توجد علاقة وثيقة بين ارتفاع المستوى التعليمى للأفراد وبين الوعى بأهمية أسلوب الترشيد ولما كان هناك إدراك عام بأهمية الترشيد رأينا أن نتعرف على أسباب الترشيد فتبين وجود مجموعة من العوامل التى تدفع الناس وراء إدراك أهمية الترشيد يأتى فى مقدمتها أن الإسراف حرام بنسبة (٢٧,٥%) والادخار لزواج الأولاد بنسبة ٢٧% من العينة ككل. ثم تأمين مستقبل الأولاد بنسبة (٢٣,٣%) بينما الذين أشاروا بشراء قطعة من الأرض بلغت نسبتهم (٢١,٤%) من إجمالى أفراد العينة.

وهذا يعنى أن الوعى بأهمية الترشيد تنحصر فى عاملين أساسيين:

الأسباب الأولى : دينية مرتبطة بالخوف من مخالفة أوامر الدين، فكما يقول تعالى: " إن المبذرين كانوا إخوان الشياطين " ويقول تعالى " ولا تبسطها كل البسط فتقعد ملوماً محسوراً ".

والأسباب الأخرى : اقتصادية مرتبطة بالادخار للمستقبل وارتباطاً بذلك حاولت الدراسة التعرف على أهم الأشياء التى يمكن أن يرشد

القرويون فيها أنماط استهلاكهم. وهنا تكشف استجابات المبحوثين عن أنواع كثيرة ومتنوعة يجب أن يرشد الناس فيهـــا اســـتهلاكهم ويأتى فى مقدمتها السلع الكهربائية المعمـــرة بنـــسبة (٣٤,٩%) حيث يلاحظ أن المنزل الريفى أصبح يزخر بالعديـــد مـــن الـــسلع الكهربائية والأجهزة المنزلية الحديثة. ثم يـــأتى بعـــد ذلـــك بنـــاء المساكن الجديدة المبنية بالطوب الأحمر المفروشة بالأثاث الحديث حيث أكد على ذلك (٢٢,٥%) خاصة وأن الريف شهد فى الفتـــرة الأخيرة طفرة عمرانية لا مثيل لها فى التاريخ امتدت إلـــى تآكـــل الرقعة الزراعية حتى أصدرت الحكومة مرسوماً يحظر البناء خارج حدود القرى وفرض غرامة مالية كبيرة وإزالة المبـــانى المقامـــة فوراً، ثم يأتى فى الترتيب الثالث السلع اليومية كالملابس الجاهزة، والأغذية المجففة وغير المجففة بنسبة (٣٠,١%) ثم أشارت نسبة (١٠,٤%) بأهمية ترشيد الكهرباء، والملاحظ أن ترشيد الاستهلاك هنا يتضمن جانبين، استهلاك يتعلق بالـــسلع الكماليـــة، والجانـــب الآخر يتعلق باستهلاك السلع الأساسية المباشرة، وهذا مـــا يعنـــى ضرورة تقليل الإنفاق العام الذى يتم عن تنامى ثقافـــة اســـتهلاكية واضحة كما أنه يوضح إلى أن القرية المصرية تحولت من إنتـــاج الغذاء مثل تربية الطيور والمواشى وصناعة الألبان والخبـــز إلـــى الاعتماد على السوق. وحاولت الدراسة التعرف على أهم الوســـائل والأساليب التى تساعد على ترشيد الاستهلاك سواء على مـــستوى

الدول أو على مستوى الأفراد، على أساس أن نجاح أى استراتيجية للترشيد يعتمد ليس فقط على فاعلية دور الدولة فى ضبط الاستهلاك وتنظيمه وإنما ينبغى كذلك أن يقوم على اقتناع الأفراد بها فهم الذين يقومون بتنفيذها، وحينما تكون نابعة منهم فإنهم يكونون أكثر التزاماً بها.

واستناداً إلى ذلك فقد كشفت المعطيات الميدانية عن وجود مجموعتين من الوسائل:

الوسيلة الأولى: وسائل تتصل بالدولة وتتمثل فى تشجيع الصناعات الوطنية، ثم فرض رقابة على السلع المستوردة ثم تقليل الاستهلاك على مستوى الدول وأخيراً توعية الناس بأهمية ترشيد الاستهلاك، **الوسيلة الأخرى**: تتصل بالأفراد مثل الابتعاد عن التقليد والمباهاة، والاقتصار على شراء السلع الضرورية وأهمية المسئولية الفردية، غير أن الذى تجدر الإشارة إليه أن الناس لا يتجهون إلى الاستهلاك الرشيد إلا إذا شعر عدد متزايد منهم بالرغبة فى تغيير أنماطهم الاستهلاكية وأساليبهم الحياتية، ولن يكون ذلك ممكناً إلا إذا عرض على الناس نمط استهلاكى أكثر جاذبية واقناعاً من النمط الذى اعتادوا عليه، ولن يحدث هذا بين ليلة وضحاها، كما لن يحدث بمرسوم أو تشريع وإنما الأمر يتطلب عملية تربوية وتعليمية طويلة الأمد، هذا مع عدم إغفال أهمية الأساليب الإيجابية شبه التنموية المستخدمة فى إعلانات التلفزيون

التجارية من أثر سمعى وبصرى على جمهور المستهلكين بحيث أن إيقاف سموم هذه الأساليب الإيحائية سيكون له أثر إيجابى على انسحاب جمهور المستهلكين من ضغوط النزعة الاستهلاكية البذخية [٤٧]. وهذا يؤكد الدور الذى تلعبه الإرادة الذاتية والتوجيهات الأسرية والتربوية فى ترشيد الاستهلاك الخاص وتنظيمه والتقليل منه.

الخاتمة

حاول هذا البحث من خلال استمارة الاستبيان المقننة والمناقشات الجماعية المحورية أن يتعرف على دور عملية العولمة فى تشكيل ثقافة استهلاكية محددة عبر المجتمعات المحلية الأخرى وذلك من خلال إشاعة نمط استهلاكى معين، وثقافة استهلاكية موحدة على صعيد العالم، من خلال دراسة ثقافة الاستهلاك فى قرية مصرية، ومدى تأثرها بمجمل التغيرات والتيارات الثقافية والاقتصادية للعولمة على فرض أنماط استهلاكية جديدة، وبروز ثقافة استهلاكية ترفية فيها، وقد أظهرت الدراسة أن الثقافة العالمية للاستهلاك قد نجحت فى اختراق الثقافة المحلية التقليدية حيث فرضت عليها أنماطاً جديدة من الاستهلاك كإقامة المبانى الجديدة من الخرسانة المسلحة، وتجهيزها من الداخل بالأثاث الحديث، وشراء الملابس المستوردة، والترتيبات التى تقوم بها الأسرة بقدوم مولود جديد، والاتفاقات المصاحبة فى مناسبات الزواج والخطوبة والاحتفالات الدينية والاجتماعية المختلفة، كما أوضحت الدراسة تأثير الثقافة العالمية على عملية الاستهلاك من خلال عاملين أساسيين هما، الانفتاح الاستهلاكى الذى شهده المجتمع الريفى عقب سياسة الانفتاح الاقتصادى من سيادة نمط الانتاج إلى شراء السلع المستوردة والأجنبية حيث أوضحت التحليلات الاحصائية أنه لا توجد فروق ذات دلالة معنوية بين المستوى التعليمى والاتجاه نحو استخدام السلع المصنعة محلياً أم المستوردة مما يبين أن الظاهرة عامة بذاتها ويتضح ذلك من الإقبال

المتهافت على شراء الأدوات الكهربائية المعمرة وغير المعمرة، والملابس الجاهزة، والسلع الغذائية المعلبة وغير المعلبة، ولعب الأطفال واستخدام بعض الأدوات الزراعية والأجهزة الإلكترونية، مثل الكمبيوتر. وإما الشكل الآخر وهو الانفتاح الفيزيقى والذى يتمثل فى الدور الذى تلعبه هجرة العمالة الريفية فى زيادة التطلعات الاستهلاكية فى القرية المصرية وتشكيل معالم النمط الاستهلاكى الجديد الذ أصبح متحيزاً للاستهلاك المظهرى وتغذية روح الاستهلاك الترفى.

- أوضحت الدراسة أن للاستهلاك طابعة الرمزى واتضح ذلك فى أن عملية التسوق لها جوانب متعددة من الاستهلاك المصرى يتمثل أحدها فى الجانب المادى يتعلق بأسلوب عرض السلع وجمال المحلات وطريق تزينها، والجانب الثانى اجتماعى تفاعلى يتصل بمشاهدة طريقة المساوامات التجارية والتعارف بالآخرين والجانب الأخير نفسى ترويجى يتعلق بمتعة التسوق وقضاء وقت الفراغ.

كما أوضحت الدراسة أن المعرفة بالسلع داخل مجتمع القرية قد يضفى على الفرد مكانة اجتماعية متميزة، لكن اقتناء السلع الثمينة يضفى على صاحبها مكانة اجتماعية أكثر تميزاً خاصة إذا كان المقتنى للسلع من أصحاب المكانة المميزة فى القرية ولم يكتسب هذه المكانة منذ فترة جديدة.

- كشفت الدراسة المتعمقة على عينة من المستتيرين بالقرية أن هناك اتجاهاً عاماً بالوعى بمفهوم العولمة ومضمونها بشكل عام ولكن هناك

اختلافاً حول مخاطرها حيث انقسم المبحوثون إلى فريقين أحدهما يرى أن للعولمة مخاطرها نتيجة الهيمنة السياسية والاقتصادية والعسكرية والثقافية وتؤثر سلباً على مجتمعاتنا وبالتالى من التصدى لها وعدم الدخول فيها، وأما الفريق الآخر فيرى عدم الخوف من العولمة فهى ظاهرة ايجابية ولابد من الدخول فيها وعدم التخلف عن مواكبتها.

وأخيراً كشفت الدراسة بروز الدعوة فى الوقت الحالى لوضع سياسات لدرء الآثار الاقتصادية للعولمة على عملية الاستهلاك وضرورة التقليل من حدته، حيث أكدت الدراسة تأكيد غالبية المجتمع على أهمية ترشيد الاستهلاك وتنظيمه، وإن كان زيادة المستوى التعليمى للفرد أدى إلى زيادة الوعى بأهمية الترشيد بدرجة عالية، وارتباطاً بذلك أوضحت الدراسة أن هناك أسباباً عديدة طرحها المبحوثون لترشيد الاستهلاك أهمها الأسباب الدينية ثم الأسباب الاقتصادية وطرحت الدراسة أن آليات ترشيد الاستهلاك تعتمد على مستويين أساسيين ، المستوى الأول يتصل بالدور الذى تلعبه الدولية فى ضبط الاستهلاك عن طريق فرض قيود على السلع المستوردة وبخاصة الاستهلاكية منها، وتشجع الصناعات المحلية ثم تقليل الاستهلاك العام على مستوى الدولة، والمستوى الآخر يتصل بالأفراد من خلال الابتعاد عن التقليد والمباهاه، وتقدير أهمية المسئولية الفردية والاقتصار على شراء السلع الضرورية والإقلال من التردد على الأسواق كلما أمكن ذلك.

المراجع والحواشى

1-Bauman: Globulization: The human consequen-ces, Columbia uni-press,1998.

٢- انظر فى هذا الصدد ما يلى :

- The Workshop, on The Socialogy and cultures of Globalization, uni-of Chicage, Dec 2,1998.

- World Congress of the international institute of sociology, Multiple Moder-nities in Era of Globalization, Is raeli, July 11-15 1999.

- ندوة " العرب والعولمة " التى نظمها مركز دراسات الوحدة العربية – فى بيروت بتاريخ ١٨-٢٠ ديسمبر ١٩٩٧م.

- مؤتمر العولمة وقضايا الهوية الثقافية، الذى عقد فى القاهرة – جمهورية مصر العربية فى الفترة من ١٢-١٦ إبريل ١٩٩٨م.

3- Robertson, R, Mapping the glabal condition in Featherstone, M., (ed) Global culture. Nationalism, Globalization and Modernity, London, Sage publication, 1990, P.220.

٤- صادق جلال العظم، ما هى العولمة، مجلة الطريق، بيروت، العدد الرابع، السنة السادسة والخمسون، يوليو، ١٩٩٧، ص٣٠.

٥- اسماعيل صبرى عبد الله، الكوكبة: الرأسمالية العالمية فى مرحلة ما بعد الامبريالية، مجلة الطريق، بيروت، العدد الرابع، السنة السادسة والخمسون يوليو ١٩٩٧، ص ٤٦-٤٧.

٦- أحمد عبد الرحمن أحمد، العولمة: المفهوم، المظاهر، والمسببات، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، مجلد٢٦، العدد (١) ربيع ١٩٩٨، ص٦٠.

٧- السيد يسين، فى مفهوم العولمة، سلسلة المستقبل العربى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد (٢٢٨)، المجلد (٢)، ١٩٩٨، ص٧.

٨- راشد البراوى، الموسوعة الاقتصادية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، الطبعة الثانية، ١٩٨٧، ص٤٢.

٩- خضير عباس المهر، المجتمع الاستهلاكى وأوقات الفراغ، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، ١٩٨٧، ص٢٢.

10- Featherstone, M., perspective on cousumer Culoure E24, N.L, Feb, 1990, pp. 2-22.

١١- أحمد زايد وآخرون، الاستهلاك فى المجتمع القطرى : أنماطه وثقافته، منشورات مركز الوثائق والدراسات الإنسانية جامعة قطر ، الدوحة ١٩٩١، ص ص ٢٩٠.

12- Robertson, R., and lechuer, F., Moderuzation . Globalization and the problem of culture in world

system theary, theory, culture and society, ELN.3, 1985.

13- Epitropulos, et al, lifestyle and Consumer Culture in a peripheral Society, youth Culturee in post-ww11, Greece. A.S.A 1994.

14- Firat, A.F., Cousuner Culture Or Culture Consumed? Sage publications, ine 1995, pp. 105-125.

15- Featherstone, M., Cousumer Culture: An introduction, in Journal theory, Culture and Society, U.K., 1983. pp. 4-9.

16- Tashner, G., The Complex assimilation of post Modernity, The Case of Consumer protection in Brazil, U.S.A., 1994.

17- Choe, S.et al, Acculturation, ethuic consumers and food Consumption patterns, Journal of food products Marketing. V.1,N.4, 1993. pp 16-79.

١٨- هانس بيتر مارتين، وهارلد شومان، فخ العولمة (الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية)، ترجمة عدنان عباس على، مراجعة رمزى زكى، سلسلة عالم المعرفة، الكويت العدد (٢٣٨)، أكتوبر ، ١٩٩٨م.

19- Worde, A., introduction to the Sociology of Cousumption, Journal of Sociology, 1:24, N,1., Feb, 1990,pp. 1-4.

20- Holton, B, First international Conference of the the Sociology of Consumptio, uni-of also, January,1988.

٢١- سليمان نجم خلف - العولمة والهوية الثقافية : تصور نظرى لدراسة نموذج مجتمع الخليج والجزيرة العربية المجلة العربية للعلوم والإنسانية، جامعة الكويت، العدد ٦١، ١٩٩٨، ص ٥٤-٩٣.

٢٢- عدنان سليمان، مقارنة أولية لتداعيات العولمة على المجتمع العربى، الفكر العربى معهد الإنماء العربى المجلة العربية بيروت، لبنان، العدد (٩٣) صيف ١٩٩٨، ص ١٤٢-١٧٦.

٢٣- أحمد زايد وآخرون، الاستهلاك فى المجتمع القطرى : أنماطه وثقافته، مرجع سابق.

24- Zayed, A., Popular Culture and Consumerisiu in underdeveloped urbon areas, in G.Stauth and S. Zubido, Mass Culture, popular Culture and Social life in Middle East, Frakurt, 1987, PP. 287-312.

٢٥- سليمان نجم خلف، مرجع سابق، ص٥٩.

26- Featherstoue, M., Global Culture in Featherstone (ed) Global Culture, Nationalisu, Globligation ...d Modernity, London, Sage publication 1990, 1-14.

27- O'donuell, M. introduction to Sociology, Thomas Nelsou and sons ltd, Surrey 1997, pp. 598- 599.

28- Ibid, p.599.

29- Ibid, p. 601.

٣٠- عدنان سليمان، مرجع سابق، ص ١٤٦-١٤٧.

٣١- مصطفى النشار، ضد العولمة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٩٩، ص١١-١٢.

٣٢- هانس بيتر مارتين، وهارالد شومان، فخ العولمة، ترجمة عدنان عباس على، مرجع سابق، ص ٥٧.

33- Fukuyama , F., the end of History, National interest, 16 Summer 1989, pp. 3-18.

٣٤- المرجع السابق ، ص ٦٩ -. ٧٠.

٣٥- سليمان نجم خلف، العولمة والهوية الثقافية : تصور لدراسة نموذج مجتمع الخليج والجزيرة العربية،مرجع سابق، ص٦٥- ٦٧.

٣٦- خضير عباس المهر، مرجع سابق ، ص ١٩.

37- Fontana A., And Frvy ., interviewing the Art of Science : in Denzin, and lincolon, (eds) collecting and

interpreting Qualitative Materials, Sage publication, London, New de lhi, 1998, P.55.

- Morgan, D. L, Focus groups as q qualitative research 2nd edition, London. Sage publications, 1997, P.12.

38- Swedberge, R, economic Sociology past and present, Current Sociology, Sage publication, 1:35, N.1 -, Spring 1987, P. 49.

٣٩- فردريك معتوق. المعرفة ، المجتمع، التاريخ، منشورات جــروس برس، لبان ١٩٩١، ص ٢٥٧.

٤٠- خضير عباس المهر، مرجع سابق، ص ٤٠-٤١.

٤١- نفس المرجع السابق ، ص ٤١.

٤٢- فردريك معتوق، مرجع سابق، ص ٢٥٨،٢٦٨.

٤٣- إبراهيم سعد الدين ومحمود عبد الفضيل، انتقال العمالة العربــي، المشاكل الآثار السياسات، مركز دراسات الوحــدة العربيــة، بيــروت، يونيه. ١٩٨٣، ص ٩٢.

٤٤- شحاته صيام، من النفط إلى القحــط: دراســة ميدانيــة للآثــار الاجتماعية والثقافية للهجرة العائدة فى قرية مصرية فى كتاب دراسات فى علم الاجتماع الاقتصاد والتنمية الاجتماعية إشراف محمد الجوهرى، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٩١، ص ٣٤٦.

٤٥- ايان كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز الى هابرماس ترجمة محمد حسين غلوم، سلسلة عالم المعرفة، الكويت العدد ٢٤٤، إبريل ١٩٩٩، ص ٢٨٣.

٤٦- انظر فى هذا الصدد، ما أكد عليه جورج هومانز فى كتابته " بناء نظرية علم الاجتماع" من أن أعضاء الجماعات الذين يشغلون مراكز عالية أو مراكز متدنية هم أقل الأعضاء احتمالا للتوافق داخل الجماعات لأن أصحاب المكانة العليا لن تفقد تقديراً كبيراً إذ أن لديها فائض من التقدير والمكانة ومن المحتمل أن يتوفر لديها ما يكفى لأن تتلاعب به وتفكر فيه، وأن أصحاب المكانة المتدنية فإنهم لن يخسروا تقديراً كثيراً لأنهم ليسوا لديهم ما يفقدونه بينما الأعضاء الذين يشغلون مكانة وسطى هم الأكثر احتمالا للتوافق لأن أى نجاح لهم سيكسبهم مكانة أعلى وأى خسارة لهم ستؤدى بهم إلى الدرك الأسفل. انظر كتاب:

- جونا ثان تبرنر، بناء نظرية علم الاجتماع، ترجمة محمد سعيد فرح منشأة المعارف ، الأسكندرية، ١٩٦٩ ، ص ٣١٧-٣٢٢.

٤٧- سمير عبده، المجتمع الاستهلاكى العربى وتبعية ثقافة الحياة اليومية، سلسلة الوحدة، المجلس القومى للثقافة العربية، الرباط، السنة الثامنة، العدد ٩٢، مايو ١٩٩٢، ص ٦٤-٦٥.

